

博士学位論文

バリアフリー観光へのイメージに関する研究
——日・中の観光客へのアンケート調査に基づいて——

鹿児島国際大学大学院
経済学研究科 地域経済政策専攻

王 新然

2019 年 9 月

目次

序論	1
1. 研究の背景	1
2. 研究の目的	3
3. 研究のテーマ	3
4. 研究方法	4
5. 研究の独創性	5
6. 本研究の構成	5
第 1 章 観光福祉に関する理論の変遷	12
第 1 節 「観光」の由来	12
第 2 節 現代観光	13
第 3 節 観光福祉	16
第 4 節 ライフスタイル	20
第 5 節 観光イメージ	21
第 2 章 日本と中国における観光福祉とバリアフリーの現状	24
第 1 節 日本と中国における観光福祉の現状	24
第 2 節 日本と中国におけるバリアフリーの現状	25
1. 日本における観光都市でのバリアフリーの現状	25
2. 中国における観光都市でのバリアフリーの現状	29
第 3 章 バリアフリー観光に関する先行研究	35
第 1 節 バリアフリー観光の背景	35
第 2 節 「バリアフリーデザイン」と「ユニバーサルデザイン」とは何か	36
第 3 節 バリアフリー観光の定義	37
第 4 節 日本における観光バリアフリーに関する先行研究と問題点	37

第 5 節	中国における観光バリアフリーに関する先行研究と問題点	43
第 6 節	本論文のモデルと仮説	45
第 4 章	アンケート調査の概要	49
第 1 節	本論文の研究目的	49
第 2 節	予備調査	52
第 3 節	日本と中国各地のアンケート調査（本調査）	53
第 4 節	統計分析の方法	55
第 5 章	日本の統計分析の結果	58
第 1 節	記述統計の結果	58
1.	信頼度分析	58
2.	日本の観光地 4 か所での観光客基本データの分析	59
3.	平均値分析	61
第 2 節	推論統計とその結果	67
1.	一元配置分散分析の結果（仮説 1 の検証）	68
2.	因子分析の結果（仮説 2 の検証）	75
3.	相関分析の結果	80
4.	回帰分析の結果	81
第 6 章	中国の統計分析の結果	93
第 1 節	記述統計の結果	93
1.	信頼度分析	93
2.	中国の観光地 4 か所での観光客基本データの分析	94
3.	平均値分析	96
第 2 節	推論統計とその結果	102
1.	一元配置分散分析の結果（仮説 1 の検証）	103
2.	因子分析の結果（仮説 2 の検証）	109
3.	相関分析の結果	113
4.	回帰分析の結果（仮説 3～8 の検証）	115

第7章 仮説検証の結果と考察	125
第1節 日本人観光客のバリアフリー化へのイメージについての仮説検証の結果	125
第2節 中国人観光客のバリアフリー化へのイメージについての仮説検証の結果	127
第3節 仮説検証の結果により先行研究との比較	128
1. 本研究結果と先行研究との比較	130
2. 先行研究と相違する原因分析	132
結論	133
第1節 副問と主問への解答	134
1. 副問1への解答	134
2. 副問2への解答	138
3. 副問3への解答	139
4. 主問への解答	139
第2節 本論文の貢献	142
第3節 提言	144
第4節 研究の限界	145
第5節 残された今後の研究課題	146
参考文献	147
付録1 アンケート調査（日本語）	151
付録2 アンケート調査（中国語）	153
謝辞	156

序論

1. 研究の背景

「観光」は中国の『易経』にある「国の光を観る」に由来する言葉であり、一観光団体や一地方、また一業界が取り組むには途方もなく幅広い世界であり、奥の深い産業である。その国、その地方の歴史と伝統と文化そのものでもある¹。国際観光は「平和のパスポート」と言われるように、平和がなければ成り立たない産業であり、平和な国家のみに存在する産業である²。

「旅がしたい」という欲求は、世界中のすべての人にある。それは決して若者や健康な人だけの特権ではなく、小さな子供から高齢者、そして障がいのあるなしにかかわらず、同じはずである。現在盛んに「バリアフリー」、「ユニバーサルデザイン」といった言葉がもてはやされているが、旅についての情報やきっかけがなかなかなく、旅をあきらめている高齢者や体に障がいを持つ人は少なくない。

バリアフリーという言葉は、段差の解消等に関する建築用語として使われ始めたものであるが、最近では、高齢者や障がい者にとって使いにくい製品やシステムの改善を目指す様々な場面で用いられるようになってきている³。

また、バリアフリーは、障がいのある人が社会生活をしていく上で障壁（バリア）となるものを除去するという意味で、もともと住宅建築用語で登場し、段差等の物理的障壁の除去をいうことが多いが、より広く障がい者の社会参加を困難にしている社会的、制度的、心理的なすべての障壁の除去という意味でも用いられる⁴。

本研究で扱う「バリアフリー」は、鉄道、バス等の交通機関や、旅館、ホテル等の観光産業施設における障がい者や高齢者等のバリアを感じるすべての方々に対するバリアフリーである。本論文では、「バリアフリー観光」を観光行動に関わる施設やサービスにおけるバリアを広く排除する概念として「バリアフリー観光」と定義している。このバリアフリー観光の概念では、障がい者や外国人、子供連れなど、観光行動において配慮が必要な全ての人にとってのバリアを想定し、これを排除する多様な観光の現場の取り組みに着目している⁵。

1947年～1949年生まれの世代、いわゆる団塊の世代が、2019年現在、69歳～72歳に達

しているが、これらの人々の数は約 800 万人に登り、65 歳以上の後期高齢者の人口は現在の約 1,500 万人から 2025 年には約 2,200 万人となり、日本人の 4 人に 1 人が後期高齢者になると予測されている⁶。団塊の世代への 2013 年の調査によると、彼らの一番の関心は「旅行、健康、孫、子供」とその重要度についてこう考えている⁷。

一方、75 歳以上になると、高齢化に伴う手足の不自由な人々の増加も考えられ、旅行には車いすの機材の利用となることも想定される。これらの人々の欲求に答えるべく、観光産業にはハード・ソフト両面にわたる受入体制の整備が求められている。

このように日本は急速な高齢化が進む中で、高齢者の旅行に関する関心も高まり、人々の安全かつ円滑な移動を推進する公共交通機関などのサービスの充実が緊急の課題となってきた。

現在、日本の観光地のバリアフリー現状として、東京や大阪などの都市部を中心に、車道と歩道の間に段差のない道路のバリアフリー化が進んでいるが、一方で、都市部でも鉄道駅での階段や、市電、バス等公共交通のバリアフリー化の充実が求められていて、車いすを利用したままでも利用が容易なバスやノンステップバスの普及が必要であると考えられる。

日本では 2020 年の東京五輪・パラリンピックを控え、足腰の弱い高齢者や障がい者らが気軽に旅行できるようにする「バリアフリー観光」の動きが広がっている。受け入れ体制を整える地域が増え、バリアフリー化の改装に取り組む宿泊施設や観光施設も目立ち始めた。これらは足腰の弱い高齢者や障がい者等にもやさしいバリアフリー化が今後の商機につながるという見方が背景にある。

中国の国全体の観光市場の現状を見てみると、2018 年の外国人の観光客数と国全体の観光収入が単年度ではともに減少したが、最近の国全体の観光収入は安定し、2012 年から 7 年連続で世界 5 位以内に入った⁸。

しかしながら、中国では弱者と言われる足腰の弱い高齢者や障がい者等の人びとの観光などの社会進出や人々の関心や配慮が不足しているのが現状である。

中国では、急速な高齢化と核家族化が進んでいる。中国国家統計局が 2019 年 1 月に発表した最新人口統計データによると、2018 年末時点、中国大陸部（香港・マカオ・台湾など含まず）の人口は 13 億 9,538 万人に達した。そのうち 65 歳以上の高齢者人口は、全体の 11.9%に当たる 1 億 6,658 万人である⁹。中国政府関係者の予測では 2025 年までに総人口の 5 分の 1 にあたる 3 億人、2033 年までに総人口の約 4 分の 1 の 4 億人を突破する。そして、

2050 年前後には、総人口の約 3 分の 1 に相当する 4 億 8,700 万人に達し、高齢者人口の数量および総人口に占める割合はいずれもピークを迎えるとの見通しである¹⁰。

中国の公共交通機関や観光施設でのバリアフリー化では、北京、上海などの大都市では 2000 年代に入りオリンピックや万博などの国際イベントを通じてバリアフリー法制度が急速に整備されたが、その他の大連や長春など地方都市、中小都市のバリアフリー化はまだ不十分である。

2. 研究の目的

日本では、2020 年に東京オリンピック・パラリンピックの開催を控えており、海外からも障がい者や高齢者を含めた数多くの外国人観光客の訪問が想定され、誰でも気軽に旅行できるようにする「バリアフリー観光」の動きが広がっている。このような背景の下、日本では、高齢者や障がい者、外国人を含め、誰もが旅行を楽しめるようなバリアフリー観光を推進していくことが求められ、観光地の公共交通機関や観光施設のバリアフリー化はますます重要になっている。アジア諸国の中で、日本のバリアフリー観光は最も発展しているが、その不足点まだまだあり、特に一部の都市部を除き、観光地におけるバリアフリー整備が遅れている状況にある。

本研究では、日本や中国の観光産業におけるバリアフリーの現状について考察し、日本や中国におけるバリアフリー化を進めていく上での問題点を分析し考察する。また、旅行・観光の検討段階から旅行先での観光行動の実行にいたるまでの意思決定過程において、観光地バリアフリーへのイメージが旅行先選択決定（意思決定）を与える影響について、健常者と障がい者の相違点を把握し、日本と中国における観光客が旅行に行く時に意思決定要因の分析の比較研究を行う。研究のベースには、先に高齢化が進んだ日本のこれまでの検証と多様な経験を中国に導入することが可能であるか、等についての考察を行う。

3. 研究のテーマ

本研究の主問のテーマは、日本と中国の観光客の「バリアフリー観光」へのイメージについて、日・中の観光客のイメージにはどのような相違点があるかを検証することである。本研究のサブのテーマは次の 3 点である。

(1) アンケート調査によって、日・中バリアフリー観光への観光客の基本状況を把握し、日・中のバリアフリー観光の観光客はいくつの分類に分けられるかを分析し、個人属性や観光ライフスタイルによるバリアフリー観光への影響要因を予測し、そして、日本と中国の相違点を検討する。

(2) アンケート調査によって、日・中観光客のバリアフリー観光へのイメージを調査し、日本と中国にはどのような相違点があるかを検討し、その背後の原因も検討する。

(3) アンケート調査によって、日・中観光客のバリアフリー観光へのイメージを調査し、そのイメージは旅行先の選択に対してどのような影響があるかを検討する。そして、日本と中国の政府や旅行会社に、バリアフリー観光へのイメージ面で観光誘致の提言を行う。

これらのテーマに合わせて、本研究は次の3つの副問を記す。

副問1：日・中のバリアフリー観光の観光客はどのようなタイプに分けられるか。

副問2：日・中の観光客のタイプによってバリアフリー観光へのイメージはどのような差異点があるか。

副問3：日・中の観光客のバリアフリー観光へのイメージは観光地の選択にどのような影響を与えているか。

4. 研究方法

本研究は資料収集で先行研究から見出した問題点を解明するために研究モデルを構築する。そして、日本と中国の観光地の観光客を対象として、アンケート調査を行う。アンケート調査の対象は、健常者、高齢者、障がい者など、すべての旅行できる人である。

本研究のアンケート調査は、日本（東京、大阪、福岡、鹿児島）と中国（北京、上海、長春、大連）の両方で行った。用意したアンケートは各都市300部、合計2400部で行った。その結果、日本と中国合計2179部を回収し、解答未記入や無効分を除き、有効回答票は2008部で、有効回収率は83.67%であった。

本研究は、分析方法としてIBM-SPSS 19.0を用いて統計分析を行った。回収された有効なアンケート調査票を次の統計分析方法を使用し本研究の仮説を検証し、テーマについて質問を行った。分析方法として、記述統計分析、一元配置分散分析、因子分析、相関分析、回帰分析等の分析方法を利用して研究を進める。

5. 研究の独創性

日本では、バリアフリー観光に関する研究が研究されてきているが、地方都市を含むバリアフリー観光へのイメージという視点や旅行会社の視点からの研究は極めて少ない。

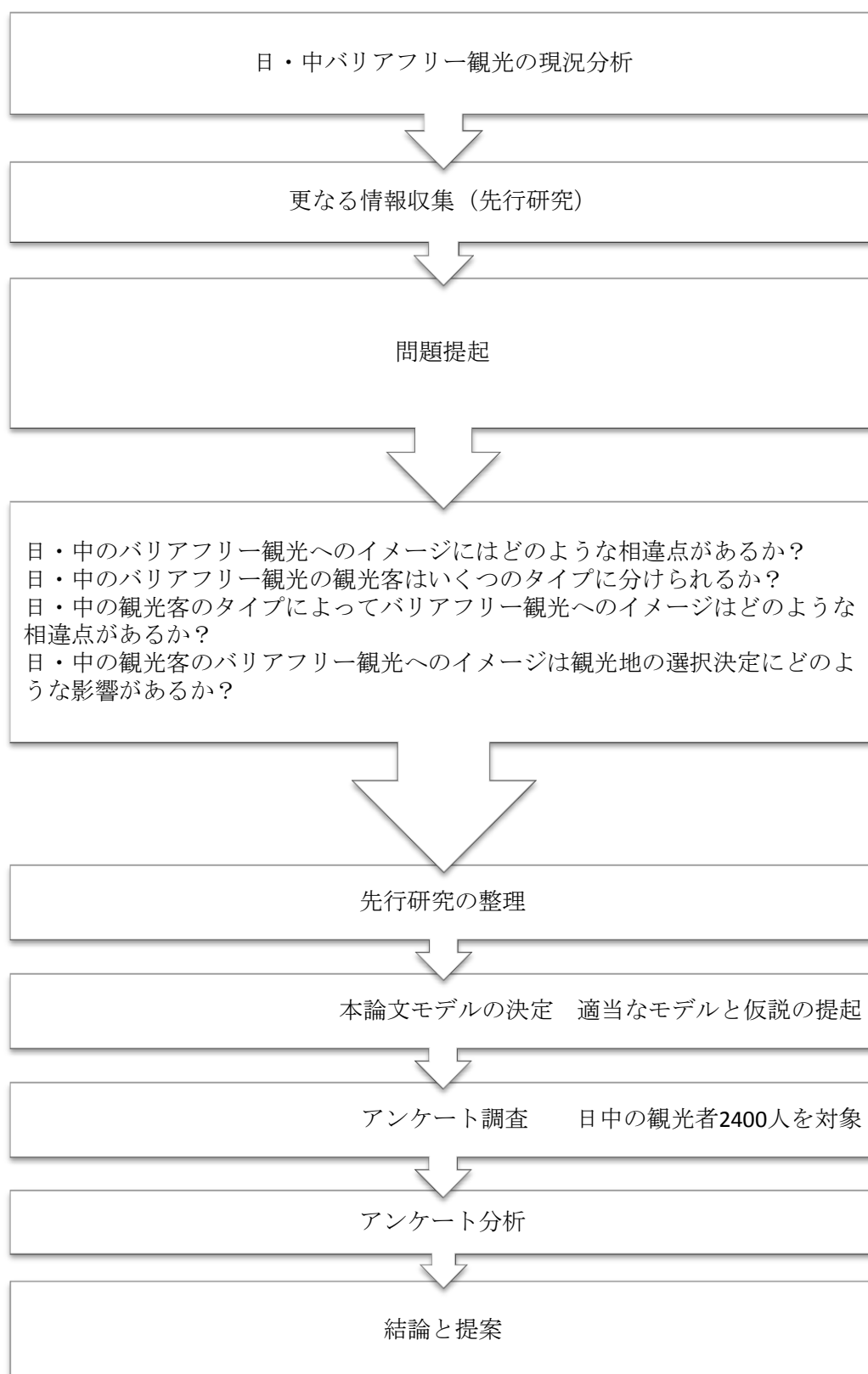
中国では、バリアフリーについての研究はほとんど政府財源と政策、法律の整備、バリアフリーに関する意識の宣伝の面から研究を進められている。具体的に、バリアフリーのサービスと顧客の需要が一致しているかどうか、ソフト面のバリアフリー、心理的バリアフリー、バリアフリー観光に関する情報の入手、障がい者・高齢者向けのバリアフリーだけではなく、外国人向けのバリアフリーに関する研究は少ない。さらに、中国と日本のバリアフリー観光の比較研究は極めて少ない。

本研究は、地方都市を含む観光都市での日本や中国の観光産業におけるバリアフリーの現状について考察し、日本や中国におけるバリアフリー化を進めていく上での問題点を分析し考察する。また、旅行・観光の検討段階から旅行先での観光行動の実行にいたるまでの意思決定過程において、迷いや戸惑いなどの制約を感じる段階ならびに制約を与える要因について、健常者と障がい者の差異について把握して、日本と中国における観光客が旅行に行く時に意味決定要因の分析の比較研究を行う。さらに、これらのベース的な研究に基づいて、先に高齢化が進んだ日本のこれまでの検証と多様な経験を中国に導入することが可能であるか、等についての考察を行う。さらに、これらの分析をもとに、中国や日本の各国の観光振興や観光誘致政策にも提言を行う。最後に、日本と中国のインバウンド戦略による旅行会社のバリアフリー観光への対応法に提言を行う。

6. 本研究の構成

文献研究を通して、本研究では消費者購買行動の購買前の段階について、日・中バリアフリー観光へのイメージが行先の選択決定（意思設定）にどのような影響を及ぼしているかの新しいモデルを形成する。同時に日・中観光客の基本状況、バリアフリー観光へのイメージ、旅行先を選択する際バリアフリーへのイメージについてアンケート調査を行い、旅行先への決定要因について分析を行う。

研究の手順は以下のとおりである。



本研究の主問・副問のフレームワークは以下のとおりである。

表1 本研究の主問・副問のフレームワーク

論題（タイトル）：「バリアフリー観光へのイメージに関する研究

一日・中の観光客へのアンケート調査に基づいて」

主問：日・中のバリアフリー観光へのイメージにはどのような相違点があるか？

序論	研究の背景 1、なぜバリアフリー観光を研究するか？ 2、日本におけるバリアフリー観光の背景 3、中国におけるバリアフリー観光の背景 4、なぜ日本と中国を比較するか？
	「日・中のバリアフリー観光へのイメージにはどのような相違点があるか」 という問題を提起し、このテーマを次の三つの副問に分割する
	問題提起 副問1：日・中のバリアフリー観光の観光客はどのようなタイプに分けられるか。 副問2：日・中の観光客のタイプによってバリアフリー観光へのイメージはどのような差異点があるか。 副問3：日・中の観光客のバリアフリー観光へのイメージは観光地の選択にどのような影響を与えているか。
	問題点 (1) 日本では、地方観光都市のバリアフリー観光へのイメージに関する実証研究が少ない。(2) 中国では、バリアフリーに関する概念的な分析が中心で、実証研究が少ない。(3) 中国と日本の比較研究は極めて少ない。
	研究方法 実態調査（アンケート調査）
	論文の意義 (1) 学界への貢献：バリアフリー観光へのイメージに関する先行研究の不十分な部分を補うこと。(2) 産業への貢献：バリアフリーへのイメージが観光客購買行動の影響を解明して、旅行業の発展に役立つこと。





第1章
観光福祉
に関する理
の変遷

- 第1節 「観光」の由来
- 第2節 現代観光
- 第3節 観光福祉
- 第4節 ライフスタイル
- 第5節 観光イメージ



第2章
日本と中国
における観
光福祉とバ
リアフリー
の現況

- 第1節 日本と中国における観光福祉の現状
- 第2節 日本と中国におけるバリアフリーの現状
 - 1. 日本における観光都市でのバリアフリーの現状
 - 2. 中国における観光都市でのバリアフリーの現状



第3章
バリアフ
リー観光
に関する
先行研究

- 第1節 バリアフリー観光の背景
- 第2節 「バリアフリーデザイン」と「ユニバーサルデザイン」とは何か
- 第3節 バリアフリー観光の定義
- 第4節 日本における観光バリアフリーに関する先行研究と問題点
- 第5節 中国における観光バリアフリーに関する先行研究と問題点
- 第6節 本論文のモデルと仮説





第4章
アンケート調査の
概要

- 第1節 本論文の研究目的
- 第2節 予備調査
- 第3節 日本と中国各地のアンケート調査（本調査）
- 第4節 統計分析の方法



第5章
日本の統計分析の
結果

- 第1節 記述統計の結果
 - 1. 信頼度分析
 - 2. 日本の観光地4か所での観光客基本データの分析
 - 3. 平均値分析
- 第2節 推論統計とその結果
 - 1. 一元配置分散分析の結果（仮説1の検証）
 - 2. 因子分析の結果（仮説2の検証）
 - 3. 相関分析の結果
 - 4. 回帰分析の結果





第 6 章
中国の統計分析の
結果

第 1 節 記述統計の結果

1. 信頼度分析
2. 中国の観光地 4 か所での観光客基本データの分析
3. 平均値分析

第 2 節 推論統計とその結果

1. 一元配置分散分析の結果（仮説 1 の検証）
2. 因子分析の結果（仮説 2 の検証）
3. 相関分析の結果

第 2 節 推論統計とその結果

1. 一元配置分散分析の結果
2. 因子分析の結果
3. 相関分析
4. 回帰分析



第 7 章
仮説検証
の結果と
考察

第 1 節 日本人観光客のバリアフリー化へのイメージについての仮説検証の結果

第 2 節 中国人観光客のバリアフリー化へのイメージについての仮説検証の結果

第 3 節 仮説検証の結果により先行研究との比較

1. 本研究結果と先行研究との比較
2. 先行研究と相違する原因分析





結論	第 1 節 副問と主問への解答 1. 副問 1 への解答 2. 副問 2 への解答 3. 副問 3 への解答 4. 主問への解答 第 2 節 本論文の貢献 第 3 節 提言 第 4 節 研究の限界 第 5 節 残された今後の研究課題
----	--

出所：筆者作成。

本研究の主問（テーマ）は、日・中のバリアフリー観光へのイメージにはどのような相違点があるか。第 1 章～第 3 章では理論の整理と先行研究の整理である。第 4 章～第 7 章では、アンケート調査を行い、その結果を分析する。最後に結論では、アンケート調査の分析結果を通じて、3 つの副問を解答して、さらに主問へ解答する。

¹ 二階俊博『観光立国宣言一躍動の観光産業を語る』丸ノ内出版、2000 年、6 ページ。

² 同上書、299 ページ。

³ 森田美佐子・川原晋「観光地におけるバリアフリーの考え方と進め方に関する研究—高山市の行政主催モニターツアーと市民まちづくり活動に着目して—」『観光科学研究』、2013-03、95 ページ。

⁴ 「バリアフリーとユニバーサルデザインの定義」、『国土交通省総合政策ホームページ』、<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/udbf/1st-reference5.pdf>。

⁵ 同上書、95 ページ。

⁶ 「平成 29 年版高齢社会白書（概要版）」、『内閣府ホームページ』2017 年、https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2017/html/gaiyou/sl_1.html。

⁷ 「団塊世代のライフスタイルと今後の旅行消費に関する調査」、『JTB 総合研究所ホームページ』2013 年 3 月 26 日、<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2013/03/babyboomers/>。

⁸ 「中国観光市場が安定成長 観光収入は 7 年連続世界トップ 5」、『人民網日本語版』2019 年 1 月 17 日、<http://j.people.com.cn/n3/2019/0117/c94476-9538904.html>。

⁹ 『2018 中国統計年鑑』、<http://www.stats.gov.cn/tjsj/nds/2018/indexch.html>。

¹⁰ 「中国の高齢者人口、2050 年までに総人口の約 3 分の 2 に」、『人民網日本語版』、2018 年 7 月 20 日、<http://j.people.com.cn/n3/2018/0720/c94475-9483235.html>。

第1章 観光福祉に関する理論の変遷

第1節 「観光」の由来

「観光」は中国の『易経』にある「国の光を観る」に由来する言葉であり、一観光団体や一地方、また一業界が取り組むには途方もなく幅広い世界であり、奥の深い産業である。その国、その地方の歴史と伝統と文化そのものでもある¹。

ここでいう「国の光」の「国」という字の口は周囲が城壁のようなもので囲まれていること示しており、その中で人々が住み、そこを統治する「王」がいることを表現している。現在われわれが用いる「国家」というよりも、当時の中国では群雄割拠していた都市国家的な概念である。あえて日本流に言えば、「武蔵の国」や「出雲の国」などの、政治的、経済的に独立した地域的な概念を意味している。したがって、「王」という言葉も、いわゆる王様ではなく、国を統治している実力者、権力者という意味である²。また、「光」とは、美しい風景や金銀財宝、素晴らしい文物などの、他より優れたもの、見事なもの、誇示するに値するものの総称である³。これらの「光」はそこに存在するだけで「光」を放ち、国の一隅を照らし、更にそれに接する人々の心を照らし、明るくするのである。国宝や重要文化財が保存されるだけではなく、「公開される」という大切な使命を持っているのは、それらの「光」を投げかけ、人々を元気にしてくれるのである⁴。

このようなことから、易経の「観光」は、「その地方の優れたもの、素晴らしいものを、その地方の代表者・権力者のところにこられる賓客におみせしてもてなすことはよいことだ」という意味に解釈されている⁵。

日本で観光という語が使用されたのは、1855年にオランダより徳川幕府に寄贈された木造蒸気船を幕府が軍艦として「観光丸」と名づけたのが最初である。その意図は、国の威光を海外に示す意味が込められていたといわれる。その後、観光が今日的意味で使用されるようになったのは、大正半ばのブラジル移民が「母国観光団」と称されたことが契機となっており、観光旅行の大衆化に伴い。「他国の風光をみて見聞を広める」という本来的な意味から、「他国の風光・名所など遊覧する」といった意味へ移行していった。その点で、観光の重点も「視察」から「鑑賞」、更に「観賞」「見物」へと意味上のウエイトの変化をもたらしたともいえる⁶。

「観光」の歴史的用例を示したのが表 1-1 である。

表 1-1 「観光」の歴史的用例

年代	用例	備考
安政 2 年（1855 年）	観光丸	オランダから徳川幕府に贈られた木造蒸気船
元治元年（1864 年）	観光館	佐野藩主堀田氏の建立した藩校
明治 15 年（1882 年）	観光社	観光縮緬、観光傘の発売
明治半ば	観光外人	Tourist の訳語を観光外人に当てる
明治 26 年（1893 年）	観光の便に・・・	貴賓会の設立目的に記載
大正 7 年（1918 年）	日本国際観光局	JTB の国際案内所
大正半ば	母国観光団	ブラジル移民の母国訪問団を新聞で報道
昭和 5 年（1930 年）	国際観光局	鉄道省に設置（国による「観光」の公式採用）

出所：先行研究より筆者が作成⁷。

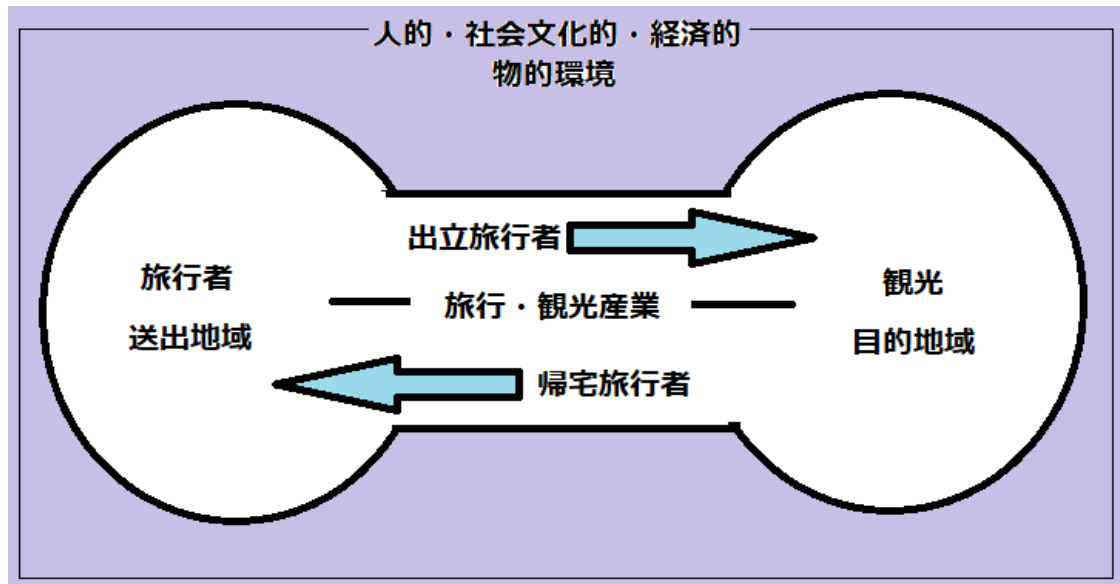
第2節 現代観光

2015 年 11 月、日本政府は「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を設置し、新たに観光立国を推進するため、2020 年までに訪日外国人旅行者数 3,000 万人の誘致に向けた新たなロードマップを考案していく事になった⁸。その点で、政府の成長戦略として注目されている「観光」が、日本の地方創生と新たな雇用の創出に寄与する重要な役割を果たしつつあるといえる⁹。

「観光」は日本だけでなく、今や世界各国が凌ぎを削りながら観光による交流人口の拡大を目指し、自国経済力の向上を図るための特効薬として位置付けられている。言い方を換えれば、観光は国境を越えた人口自動が短期間で繰り返し行われる行為であり、安定的に世界中から観光客を誘致することにより、国内に宿泊滞在している人口全体を拡大させる。このことは地域内経済においても小さな経済循環を生み出し、新たな地域活性化へとつながる可能性が高い。このようにこれからの観光は決して従来の観光事業者のみで構成できるものではなく、地域の様々な分野の業種の方々の参画が不可欠となる。観光はまさしくこれからの日本経済の大きな柱に位置付けられる¹⁰。

現代において「観光」とは、一般的に「楽しみを目的とする旅行」とであると同時に、その旅行に関わる事象の総体と捉えられる。こうした観光の構造について、N. リーパー（1979）¹¹は「観光システム」モデルを図1-1のように表している。

図1-1 観光システムモデル



出所：先行研究により筆者作成¹²。

この図では、観光客が旅行者として家を離れ、観光地を訪れ、家に戻るという「観光」の構造が、観光客を中心に描かれている。しかしながら観光客が観光地を訪れると、そこには「観光地住民」がいて、観光は観光地住民の生活や地域全体に多くの影響を与える。また「観光事業者」が、観光客と観光地を媒介する。その点で、観光研究では、観光客を「ゲスト」、観光地住民を「ホスト」、そして観光事業者を「ブローカー」と呼び、観光の要素を3つの視点で捉えることができる¹³。

また、「観光」と称される社会現象や行動は、上記3つの視点からなる要素の他にも様々の側面から把握することが可能であるが、一般的には「楽しみを目的とする旅行」という人間の社会的行動を示すものとして捉えている他、「旅行とそれにかかわりをもつ事象の総称」という様々な事業活動を含んだものとして捉えている。その点で、前者は後者に比べると狭い意味である¹⁴。

「楽しみを目的とする旅行」は、観光が基本的に旅行の一種であり、移住ではなく、定住地や日常生活圏から再び戻ってくることを意図して、一時的に他地に移動することが旅

行である。英語で観光に相当するツーリズム (tourism) の意味は“travelling for pleasure”であり、基本的に「楽しみを目的とする旅行」と同じ内容であるといえる。

一方、「旅行とそれにかかわりをもつ事象の総称」は、観光の広義の解釈であり、旅行を成立させるような社会的・経済的な諸条件、また、交通・宿泊をはじめ、旅行に直接かわりをもつ事業であること¹⁵。

社会活動としての観光が成立するには、観光の主体、観光の客体、観光の媒介という三つの要素が必要である。観光主体は観光者である。観光者は通常観光客と呼ばれる場合もある。観光主体である観光者の多様な欲求を喚起し、欲求を充足させるための客体となる対象が必要であるが、これらを総称して観光対象という。観光対象は、素材としての観光資源と、資源を生かして観光者の欲求充足に直接的に寄与する観光施設に分けることができる。観光主体である観光者と観光客体の結びつきが存在しなければ、観光活動は具体化しにくいことになるが、この場合、観光媒介という要素が出てくる。それは基本的移動手段と情報という観光媒介である。

移動手段は産業革命以来飛躍的な進歩を遂げ、人々の往来の自由度を大幅に向上させた。汽車、蒸気船、自動車、飛行機などの移動手段が活躍してきた。また、情報という観光媒介は例えばラジオ、テレビ、インターネットなどの各種メディアの発達により他国や他地に関する情報が容易に得られるようにあり、人々の観光への関心を高めてきている。

このように、観光は基本的に、観光主体、観光対象、そして観光媒介の要素から構成されることができる¹⁶。

一方、観光の意義について国連は国際観光年（1967 年）のスローガンとして「観光は平和へのパスポート」で打ち出した。その点で、観光は人にだけではなく、地域、国、国際社会にとっても平和のシンボルとして重要な存在であることがわかる。国という単位で捉えた場合、外国人との直接的な交流・出会いは、実際の人間像をよりよく理解できる機会をもたらす。このことから、国民各個人レベルの国際観光交流は、国際相互理解の増進、国際親善、ひいては国際平和に貢献するものであると言える。

また、日本の国土交通は観光の重要な意義について、次のように述べている¹⁷。

人々にとって、観光は、単なる余暇活動の一環としてのみ捉えられるものではなく、人々の生きがいや安らぎを生み出し、ゆとりとうるおいのある生活に寄与し、また、日常生活圏を離れて多角的な交流・触れ合いの機会をもたらす、人と人の絆を強めるものである。また、人々が地域の歴史や文化に触れ、学んでいく機会を得ることにより、各個人レベル

において、多様な価値に視野が広がることができる。

このように観光は地域にとっても地域固有の文化や伝統の保持・発展を図れる。すなわち、魅力ある地域づくりを行うことは、アイデンティティ（個性の基盤）を確保し、地域の連帯を強め、地域住民が誇りと生きがいをもって生活していくための基盤となる。

他方、国民経済の面から言えば見ると、観光産業は、旅行業、交通産業、宿泊業、飲食産業、アミューズメント産業、土産品産業、旅行関連産業等幅広い分野を包含した産業である。観光による国民経済への効果は日本を例として見ると、旅行者の旅行消費額は2016年に26.4兆円¹⁸にのぼり、さらに日本経済への産波及効果は53.8兆円¹⁹（2016年）であった。その点で、観光による経済効果は極めて大きいと言える。

観光は、また福祉面においてプラス効果が見られる。次に「観光福祉」について考察を行う。

第3節 観光福祉

「福祉」という単語の語源は、漢語に由来していると考えられ、「福」も「祉」も、どちらも「幸福」や「しあわせ」を意味する漢字である。つまり、福祉とは、人の「しあわせ」を基にしている。「福祉」は英語にすると、「welfare(ウェルフェア)」という言葉になり、「well=よく」という言葉と、「fare=生きる」という言葉が合わさってできた言葉で、「よりよく生きる」という意味となる。これを図式化をすると、図1-2のようになる。

図1-2 福祉の語源



出所：先行研究により筆者作成²⁰。

福祉の定義は個人が心身ともに健康で安定した生活を営めることとされる²¹。そのため、福祉の言葉には、個々人々の生活を支える公的扶助の意味が含まれていて、特に福祉の社

会的支援や政策・制度などを表すのに「社会福祉」という言葉がよく用いられる²²。そうした福祉を社会全体に普及するにあたり、多くの国ぐにでその基本的理念とされるのが、「ノーマライゼーション」である。それは、身障者も健常者も同一の社会環境で一緒に生活できる成熟した社会を目指す社会理念を意味している。その理念は、1970年代にバンクーミケルソン（Bank-Mikelson, N. E）やニリエ（Nirje, B）によって提唱され、1981年の国際障がい者年を契機に世界中で関心が高まり、さらにノーマライゼーション運動として北欧から世界中に広まったものであった²³。

一方、先進諸国における福祉には、個人の経済的条件の改善ばかりでなく、余暇活動や文化活動などにかかわる社会分解的条件の向上も求める傾向にある。その点で先進諸国の社会福祉には、観光が重要な役割を果たすことになる。すなわち、先進諸国の観光は、いまや個人の生活の一部といえるほど、だれもが楽しむ余暇活動となっており、個人の福祉に欠かせない活動のひとつであるということができる。

このように、観光は、生活面における福祉水準を上昇させるための手段でもある。その中でも、障がい者など移動に支援が必要な人々に対して観光への参加機会を拡大するための制度、サービスの提供、施設の整備などは、政府や民間企業、NPOのそれぞれが、各々の役割を果たすことが肝要となってきた。一方、年齢、身体的な理由から観光に参加することが困難な人々は、観光健常者にはない費用の追加負担が発生する場合もある。政府や民間企業、NPOなどによるこうした人々への追加負担の軽減は、観光への参加機会を拡大することになる。足腰の弱い高齢者や身体障がい者などの移動弱者は、観光への参加という高度な欲求を充足し生活を質的に向上させることができるのである²⁴。

このような移動弱者に対する「観光のための福祉」は、「ソーシャルツーリズム」と称されている。ソーシャルツーリズムの概念は多様であり、その統一的な定義はないが、「様々な理由で観光に無縁な人々が観光を楽しめる条件を提供する社会福祉」と解釈されている²⁵。このように、ソーシャルツーリズムの理念に従えば、観光は「だれもが観光を楽しめるようにする社会福祉」ということができる。日本では、少子高齢社会にあつたて、社会経済全体で構造的な制度改革が論議されるなかで、「観光のための福祉」も課題の一つとなつて、ソーシャルツーリズムのありかたは、社会福祉の重要な項目である。その点で、日本の「観光のための福祉」の考えは、すでに「観光基本法」において、「観光旅行の安全の確保及び観光旅行者の利便の増進を図ること」と「家族旅行その他健全な国民大衆の観光旅行の容易化を図ること」として示されている²⁶。

日本では、1995年に観光政策審議会が「今後の観光政策の基本的な方向について」を答申し、そのなかで「障がい者・高齢者の旅行促進と観光整備」を勧告した²⁷。このように身障者や高齢者を対象とする「観光のための福祉」の具体的な対策として、1970年代に提唱された「バリア・フリー」の取組がなされた²⁸。日本におけるバリアフリーは、もともと建築物内の段差などの除去を表す建築用語であったが、その後、障がい者や高齢者に対する物理的及び意識的、社会文化的な障壁（バリア）を取り除く（フリー）運動を表す用語となった。そのための取組は、ホテル、レストラン、駅、公園などの公共施設などに導入され、多くの観光地にも普及した。

一方、バリアフリーの考え方を拡張する取組として、1990年に「ユニバーサル・デザイン」がアメリカで提唱された。これは、特定の対象者を想定するのではなく、すべての人々が快適に利用できる施設や設備のデザインを構築する設計やその理念を意味した言葉である。こうしたユニバーサル・デザインの理念は、だれもが同一の生活空間で共存すべきだとするノーマライゼーションの理念に重なり合っている²⁹。

ここで、観光のノーマライゼーション化を妨げるバリアを分類すると、表1-2のように、「物理的バリア」、「制度的なバリア」、「文化・情報面でのバリア」、「意識上のバリア」の4つのバリアに分けることができる。

表1-2 観光のノーマライゼーション化を妨げるバリア

種類	概要と具体例
物理的なバリア	<p>〔概要〕</p> <p>物理的バリアとは道路・公共交通機関・建築物等において、利用者に移動面での困難もたらす物理的な障壁のこと。これらは車いす利用者や杖利用者等の歩行困難者、身体機能の低下した高齢者、ベビーカーの利用者、妊婦、内部障がい者、難患者等にとって、移動の際の障壁となっている。</p> <p>〔具体例〕</p> <p>〔道路上のバリア〕の具体例としては、歩道の段差、路上の放置自転車、電柱、歩道橋、ガードレールで仕切られた狭い歩道等がある。</p> <p>〔公共交通機関のバリア〕とは乗降口に段差のある車両構造のバス、鉄道・地下鉄等の駅の狭い改札口、ホームまでの階段等である。</p>

	<p>〔その他のバリア〕としては、建物の出入り口の段差や回転ドア、車いすに座ったままでは届かない公衆電話や自動販売機、狭い公衆トイレがある。</p>
制度的なバリア	<p>〔概要〕</p> <p>制度的なバリアとは、法令・制度等の存在によって障がい者が機会の均等を奪われている構造のことを指す。これらは能力以前の段階で入学、就職、資格取得等の機会が与えられないというケースを生み出している。</p> <p>〔具体例〕</p> <p>〔資格制度・入試制度等のバリア〕と具体例として、資格制度、大学等の入試制度、就職・任用試験等における、障がいを理由とした欠格事由等がある。</p> <p>〔その他のバリア〕としては、知的障害者や痴呆性老人に対する禁治産宣告。公営住宅への重度障がい者の単身入居制限。視覚障がい者が盲導犬と一緒にには入れないレストラン、スーパーマーケット等の施設がある。</p>
文化・情報面でのバリア	<p>〔概要〕</p> <p>文化・情報面でのバリアとは、情報を入手する際に困難もたらす構造のことを意味する。これらは視覚障がい者・聴覚障がい者にとって物事を視覚的に取り得る事が難しかった、説明を受けても難聴のため聞き取れなかったりすることから、安全で自立した生活を送る際の障壁になっている。</p> <p>〔具体例〕</p> <p>文化・情報面での〔視覚障がい者にとってのバリア〕として、一般の人が日常生活の中で専ら視覚に頼っている時計の時刻表示や家電機器の操作、新聞、交差点の信号等の情報、タッチパネル式のATM（現金自動預け払い機）や電化製品等がある。</p> <p>文化・情報面での〔聴覚障がい者にとってのバリア〕として、音声言語コミュニケーションにおける困難、字幕の無い放送音。鉄道駅・車内におけるアナウンス情報。音による緊急時の警報・警告等がある。</p> <p>文化・情報面での〔知的障がい者にとってのバリア〕として、分かり難い案内や言葉がある。</p>
意識上の	<p>〔概要〕</p> <p>意識上のバリアとは、社会の中にある心の壁のことである。これらは障がいのある</p>

バリア	<p>人が社会参加しようとした時の最も大きな問題となる。</p> <p>〔具体例〕</p> <p>意識上のバリアとしては〔無知や無関心による偏見と差別の障がい者観〕がある。</p> <p>この障がい者観の下では、障がい者を社会にとって役に立たない、迷惑な存在とし、好奇心の目で、ときには嫌悪の目で見ることになる。犯罪を精神障がい者と短絡的に結びつける発想、地域の中に障がい者施設を建設しようとするとき起きる反対運動等。</p> <p>意識上のバリアとしては上記の他、〔憐れみ、同情の障がい者観〕がある。</p> <p>障がい者を庇護すべき存在と考え、優越的な立場から不幸な障がい者のための何かをしてあげようとする姿勢があったり、障がい者が人間として当たり前の要求、権利を主張する際の「障がい者のくせに」という態度を指す。</p>
-----	--

出所：先行研究により筆者作成³⁰。

第4節 ライフスタイル

ライフスタイルは、価値観や生活全般に対する態度、行動パターンの総称で、個人が属する家族や集団、行動範囲などに強く影響され、この意味で社会的要因と心理的要因を包含した概念と理解されている。ライフスタイルは活動、関心、意見という3つの次元で構成されている。立体的な説明のロジックである³¹。

ライフスタイルは、「消費者の生活態度、生活方式」のことであるが、特定の生活パターンと言い換えることができる。この場合、特定の生活パターンをもつ消費者とは、企業が標的として、特定の顧客を選定する上で重要な考慮要因である。ライフスタイルの分析は、人口統計的、地理的、社会経済情報に追加される時に、その有効性を発揮するものであるという点である。ライフスタイルの分析は、すべての情報が与えられることで、顧客についての知識が豊富になり、顧客のニーズに適切に応えることが可能になると考えるべきである³²。

「ライフスタイル」という言葉の意味するところは非常に幅広く、衣・食・住に関する選択の結果という単なる生活様式・行動様式だけでなく、人生観・価値観・習慣などを含めた個人の生き方・アイデンティティーなども含まれる（『大辞林』『大辞泉』等より）。

しかし、過去におけるライフスタイル研究を見ると、マーケティングを目的として消費

行動に注目したものが多く、また一方で人々の価値観・生き方に関しては、行政が行う「生活選好度調査」などに代表されるアンケート調査が多い。この2つの「ライフスタイル」をつなぎ合わせ、人々のライフスタイルが地域コミュニティや社会にどのようなインパクトを与え、また逆に、社会のあり方によって地域における人々のライフスタイルがどのような影響を受けているのか、という視点に立った研究・分析を見つけることは難しい³³。

本論文では、観光に関する価値観、態度、行動パターンなどに関するライフスタイルを観光ライフスタイルとして取り扱った上、観光ライフスタイルについて更なる研究を進める。

第5節 観光イメージ

イメージ (image) は、様々な領域で用いられており、共通性のある明確な定義は存在しないが、一般に像、心像、映像などの言葉があてられており、人間の心の中に描かれる人・事物に関する感覚的映像を意味している³⁴。

観光分野におけるイメージは多くの人々が自由に観光地や観光対象を選択できるようになる段階から重要な意味をもっており、「知識の主観的側面」あるいは「情緒性の強い印象評価」としてのイメージを把握する試みが様々になされている³⁵。

李昌訓 (2002)³⁶は、観光イメージを「人々が観光目的地に対して持つ、個人的な選好 (individual preference) に基づいた認知である」と定義している。前田勇 (1986)³⁷は、「観光イメージが形成されると、観光行動欲求を喚起し、実際の観光地選択行動へと発展する」と主張した。

観光イメージは、潜在的観光客の観光地選択に影響を与えている点では、観光客の意思決定プロセスの一部となっているといえることができる。潜在的観光客の行動を支配しているものは、心理的、物理的、文化的、社会的、経済的な基本要因であり、これら、経験、情報、個人的嗜好といったものに制約されながら、現実のイメージをつくりだしている。そして、気候、風景、文化、活動性、施設といったものなどが影響して観光地のイメージが形成されていくのである³⁸。

観光イメージの機能は次のようにまとめることができる³⁹。

- (1) 観光におけるイメージは実際行動まで持続する。
- (2) よい観光イメージは情報収集と実際にそこを訪れようとする活動を促す。

- 二階俊博『観光立国宣言―躍動の観光産業を語る』丸ノ内出版、2000年、6ページ。
- 前田勇『現代観光総論改定新版』学文社、2012年、15ページ。
- 同上書、15ページ。
- 同上書、16ページ。
- 梶本保邦『観光よもやま話』鹿島出版社、1980年、11ページ。
- 前田勇『現代観光総論改定新版』学文社、2012年、15～16ページ。
- 小谷達男『観光事業論』学文社、1994年、7～9ページ。
- 篠原靖「日本が抱える課題への観光的対応―求められる観光による新たな日本再生ビジョン―」『Atomi 観光コミュニティ学部紀要』、2016年、93ページ。
- 同上書、94ページ。
- 同上書、94～95ページ。
- Leiper, Neil, 『The Framework of Tourism: Towards a Definition of. Tourism, Tourist, and the Tourist Industry』Annals of Tourism Research, vol. 6, no. 4, 1979 pp. 390-407.
- Ibid.
- Ibid.
- 前田勇『現代観光総論改定新版』学文社、2012年、6～9ページ。
- 同上書、6～9ページ。
- 同上書、10～11ページ。
- 「21世紀初頭における観光振興方策～観光振興を国づくりの柱に～（答申第45号）」、『国土交通省ホームページ』、2000年12月、
https://www.mlit.go.jp/kisha/oldmot/kisha00/koho00/tosin/kansin/index2_.html.
- 「経済波及効果」『国土交通省観光庁ホームページ』、2018年7月19日、
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/kouka.html>。
- 同上書。
- 「福祉ってなあに?」、『社会福祉法人沖縄市社会福祉協議会ホームページ』、
<http://www.okicityshakyo.com/shiru/%E7%A6%8F%E7%A5%89%E3%81%A3%E3%81%A6%E3%81%AA%E3%81%82%E3%81%AB%E3%81%BC%E3%81%BD/>。
- 前田勇『現代観光総論改定新版』学文社、2012年、149ページ。
- 同上書、151ページ。
- Nirje, B (河東田博訳)『ノーマライゼーションの原理―普遍化と社会変革を求めて』現代書館、2004年 28～99ページ。
- 安本宗春「福祉水準を上昇させる手段としての観光―移動弱者に対する観光参加機会の拡大―」日本国際観光学会論文集(第24号)、2017年、91ページ。
- 同上書、92ページ。
- 同上書、92ページ。
- 「今後の観光政策の基本的な方向について（答申第39号）」『国土交通省観光庁ホームページ』、1995年年6月2日、
<https://www.mlit.go.jp/singikai/unyusingikai/kankosin/kankosin39.html>。
- 「障害者制度改革の推進のための基本的な方向（第一次意見）」、『文武科学省ホームページ』2010年6月7日、
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo3/siryo/attach/1295927.html。
- 前田勇『現代観光総論改定新版』学文社、2012年、149～152ページ。
- 鈴木浩明『バリアフリー時代の心理・福祉工学』ナカニシヤ出版、2003年、12～15ページ。

ージ。

- ³¹ 長谷政宏『観光マーケティング』同文館、1996年、99ページ。
- ³² 井上崇通『消費者行動論』同文館出版、2012年、242ページ。
- ³³ 「新しいライフスタイルの創出と地域再生に関する調査研究報告書」、『経済社会総合研究所ホームページ』、2007年2月、
<http://www.esri.go.jp/jp/prj/hou/hou027/hou027.html>。
- ³⁴ 前田勇『現代観光学キーワード事典』学文社、1998年、73ページ。
- ³⁵ 同上書、73ページ。
- ³⁶ 李昌訓(2002),『長崎国際大学論叢』第2巻、19～25ページ。
- ³⁷ 前田勇「観光における知識とイメージに関する研究」『応用社会学研究』第27号、1986年。
- ³⁸ グッドール・アッシュワース（山上徹監訳）『観光リゾートのマーケティング』白桃書房、1989年、136ページ。
- ³⁹ 田中洋・丸岡吉人『新広告心理』電通、1991年、121ページ。

第2章 日本と中国における観光福祉と バリアフリーの現状

第1節 日本と中国における観光福祉の現状

日本では、1970年代あたりから、身体等に障がいのある人々が少しずつ旅行にでかけるようになり、観光のノーマライゼーション化が始まった。そのきっかけになったのが、石坂直行氏の『ヨーロッパ車いすひとり旅』という著作であった。この本は車いすユーザーである著者自身のヨーロッパ旅行をまとめた紀行文で、帰国後に刊行され大きな反響を呼んだ。1976年からスタートした朝日新聞厚生文化事業団による「車いすヨーロッパの旅」もその一つであった¹。

日本では1980年代になると、身体に障がいのある人々が、国内だけでなく、海外旅行にもチャレンジするようになった。例えば1982年には、東京～日光間を障がいのある人専用の列車「ひまわり号」が走り、話題になった²。1984年からは純粋に観光を楽しむための日本初の障がいのある人向けの海外ツアーが発売された³。

日本の1990年代は、観光を楽しむ障がいのある人は特別な存在ではなくなり、すそ野が広がっていく。1991年に、JTBの一般向け海外旅行パンフレットに「車いすツアー」が掲載されたこともその現れの一つであった⁴。また、大手旅行会社がバリアフリー旅行の専門部署を設け、ツアーを企画し、中小の旅行会社でも障がいのある日との旅行を専門に扱うところが出てくるようになった。2000年代になって、こうした動きはさらに活性化し、「行けるところへ」から「行きたいところへ」という転換が行われるようになった⁵。

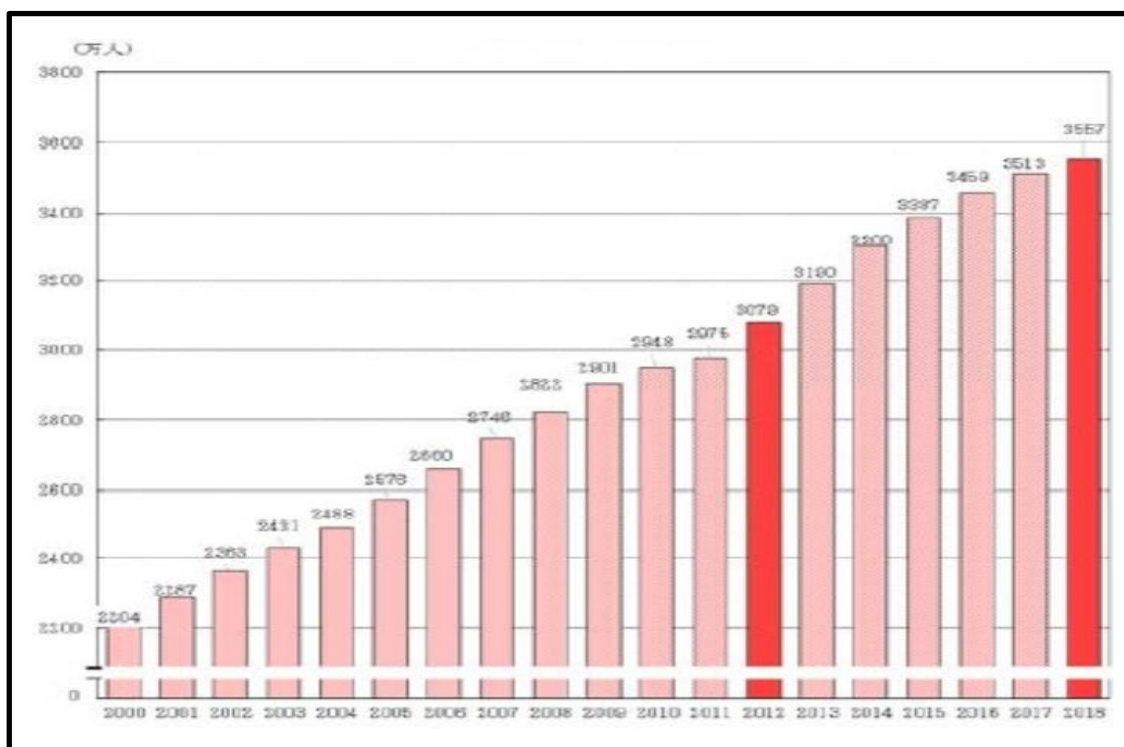
こうした動きを後追いするように、日本では法的整備も進められ、1994年に「ハートビル法」⁶、2000年に「交通バリアフリー法」⁷が矢継ぎ早に成立することになった。2006年に成立した「観光立国推進基本法」⁸では、障がいのある人を含むすべての観光旅行者が円滑に旅行施設を利用できるようにするために必要な施策を講じることを、国の責務とした。2018年5月に新バリアフリー法⁹が改正され、公布された。

第2節 日本と中国におけるバリアフリーの現状

1. 日本における観光都市でのバリアフリーの現状

総務省統計局のデータによると、日本の65歳以上の高齢者人口は、1950年以降、一貫して増加し、2012年に3,000万人を超えた¹⁰。2018年9月15日現在の推計では65歳以上は3,557万人と、前年と比較すると44万人の増加となった¹¹。総人口に占める高齢者人口の割合は28.1%となり、前年の2017年度の割合の27.7%と比較すると、0.4ポイント増と、過去最高となった（図2-1を参照）¹²。65歳以上の高齢者の比率を男女別にみると、男性は25.1%、女性は31.0%となっており、男性は4人に1人が高齢者となっている。

図2-1 日本の高齢者人口の推移（2000年～2018年）



出所：総務省統計局ホームページより

さらに日本の65歳以上の高齢者を年齢階級別にみると、70歳以上人口は2,618万人（総人口の20.7%）で、前年と比較すると、100万人、0.8ポイント増となり、初めて20%を超えた¹³。これは、1947年から1949年生まれのいわゆる「団塊の世代」が2017年から70

歳を迎え始めたことなどによるものと考えられる。また、75 歳以上人口は 1,796 万人（同 14.2%）で、前年と比較すると、50 万人、0.4 ポイント増、80 歳以上人口は 1,104 万人（同 8.7%）で、31 万人、0.2 ポイント増となった¹⁴。国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、65 歳以上の日本人の割合は今後も上昇を続け、第 2 次ベビーブーム期（1971 年～1974 年）に生まれた世代が 65 歳以上となる 2040 年には、35.3%になると見込まれている¹⁵。

このように日本は急速な高齢化が進む中で、高齢者の観光への関心が強いこともあり、人々の安全かつ円滑な移動を推進する公共交通機関等のサービスの充実が緊急の課題となってきた。前述のように、2013 年度の団塊の世代への調査では、彼等の関心は観光が一番で、次が健康、孫、子供の順であった¹⁶。

現在、日本の地方観光都市での公共交通機関や観光施設のバリアフリーでは、岐阜県高山市のように、車道と歩道の間に段差のない道路のバリアフリー化が進んでいるところもある。一方で、東京や大阪などの大都市でも一部を除き、鉄道駅での階段や、市電、バス等公共交通のバリアフリー化の充実が求められている。すなわち、日本では、現在 325 万人と推計されている身体障がい者がおり、車いすを利用したままでも利用が容易なバスやノンステップバスの普及が求められている。

アジア諸国の観光都市と比較すると、日本はバリアフリー化が進んでいる方だが、日本の寺社等の木造建築は重要文化財に指定されているために修築が難しく、人気のある寺社でもバリアフリー化が進んでいるとは言えない。このため、体の弱い高齢者や障がい者がこれらの場所への旅行を希望しても現実に難しく、希望に見合った旅行行程を検討することが困難となっている。体の弱い高齢者や障がい者にも旅行が出来て、だれでも旅行を楽しめるようにするには、旅行先や観光地がバリアフリーになっていなければならない¹⁷。

国土交通省の調査によると、2017 年時点では、バリアフリー法に基づき、公共施設や駅がある地区のバリアフリー化を重点的に進める基本構想を作成している日本における全国の市区町村は、17%しかない¹⁸。バリアフリー化の未整備の主な原因として、自治体の多くは、予算やノウハウの不足を原因として挙げていた¹⁹。一方、日本では 2020 年の東京五輪・パラリンピックを控え、東京や大阪などの大都市の公共交通機関では、高齢者や障がい者が気軽に旅行できる「バリアフリー観光」の動きが広がっている。また、高山市のように地方の観光都市でも、駅にエスカレーターを設置したり、プラットフォームのフォームドアの設置などのバリアフリー化の改装に取り組む宿泊施設や観光施設も目立ち始めた。これらの動きは高齢者や障がい者など、足腰に不安を抱える人々にも観光に来ていただき楽

しんでもらうようにする為観光施設や公共交通機関のバリアフリー化が商機に繋がるという見方が背景にあると言える。その点で、日本の東京や大阪などの大都市だけでなく、その他の地方観光都市での観光地のバリアフリーがますます重要になってきている。

日本における公共交通機関や建物のバリアフリー化の状況と目標を2015年度末で見たのが表2-1である。

表2.1 日本における公共交通機関や建物のバリアフリー化の状況と目標

施設		2015年度末（現況）	2020年年度までの目標
鉄軌道	鉄軌道駅	86%	3000人/日上を原則100%
	ホームドア	65路線、665駅	約800駅
	鉄軌道車両	65%	70%
バス	バスターミナル	90%	3000人/日上を原則100%
	ノンステップバス	50%	70%
	リフト付きバス	6%	25%
船舶	旅客船ターミナル	100%	3000人/日上を原則100%
	旅客船	37%	約50%
航空	航空旅客ターミナル	86%	3000人/日上を原則100%
	飛行機	90%	90%
タクシー	福祉タクシー車両	15026台	約28000台
道路	主要な生活関連経路	85%	原則100%
都市公園	移動等円滑化園路	49%	60%
	駐車場	44%	60%
	便所	34%	45%
建築物	2,000㎡以上の特別特定建築物の総ストック	55%	60%
信号機等	主要な生活関連経路に設置している信号機	98%	原則100%

出所：先行研究より筆者作成²⁰。

表 2-1 にあるように、公共交通機関の鉄軌道の鉄軌道駅（86%）、バスのバスターミナル（90%）、船舶の旅客船ターミナル（100%）、航空の航空旅客ターミナル（86%）、道路の主要な生活関連経路の道路（85%）、主要な生活関連経路に信号機の設置（98%）、といずれも 85%以上のバリアフリー化である。一方、鉄軌道の鉄軌道車両（65%）、バスのノンステップバス（50%）、船舶の旅客船（37%）、都市公園の移動等円滑化園路（49%）、駐車場（44%）、便所（34%）などがいずれもバリアフリー化は 65%以下と低い。

そのため、対策として日本の国土交通省はホテル、旅館などの宿泊施設のバリアフリー推進に向け、全客室を対象にした設計指針を出した。その内容は、高齢者や障がい者が快適に過ごせるような浴室やトイレの入り口では段差をなくした上、幅を 80 センチ以上確保することや、字幕放送対応テレビを導入することが挙げられた²¹。また、客室が 50 室以上ある宿泊施設は車いす用客室を 1 室以上設けることが義務付けられた。この新指針は 2017 年度以降に新築したり増改築したりする宿泊施設を対象として、「客室のバリアフリー化を進め、多くの人々が快適に利用できる宿泊環境の整備を促す」と規定した²²。

一方、バリアフリーのサービス面の整備いわゆる観光地のソフト面のバリアフリーについて、地方観光都市の対策では、鹿児島県の例を見ると、鹿児島県では、誰もが鹿児島観光を快適に楽しめるように、電話でアドバイスする「鹿児島バリアフリー相談センター」が 2016 年 5 月から始動した²³。これらのサービスは、車いす等の介助が必要な人や乳幼児連れの家族等の旅行者に応じて、無料で旅の提案をする。このセンターでは、宿泊施設や飲食店の従業員に対する勉強会や研修会も担当する²⁴。

以上の分析から、日本におけるバリアフリー観光の今後の課題として、以下の点があげられる。

(1) 観光地は高齢者、障がい者等の観光面の社会参画の拡大を推進する。

高齢化社会に適応して、今後観光地として生き残るためには、まずバリアフリー法による観光施設や公共交通機関のバリアを避けるホテル、電車、バス、タクシーなどの適用対象事業者のバリアフリー化による拡大を検討しなければならない。また観光地のバリアフリー化をまちづくりの観点で捉え、観光業界の人だけでなく、利用者の立場である高齢者、障がい者等の意見を参考にした観光による社会参画の拡大も推進しなければならない。

(2) バリアフリーのまちづくりに向けた地域連携を強化する。

足腰の弱い高齢者や障がい者に対して観光施設のアクセスを整備するなどのコスト問題

も含めて、地域の観光地がお互いに施設間連携や交通面での乗り継ぎで、障がい者等が不便を感じるような連携が必要である。

(3) ハード・ソフトの両面が一体となった取組を推進する。

ハード面の設備のバリアフリーは東京、大阪などの大都市の一部の空港や鉄道駅では進んでいるが、それ以外の地域ではこれからであり今後はハード面だけでなく、ハード面を生かすサービス、即ちソフト面での対応も重要になっている。ソフト面では、宿泊施設、旅行代理店、鉄道駅等での従業員の障がい者に対する対応は教育と訓練が必要である。

2. 中国における観光都市でのバリアフリーの現状

中国では、バリアフリー観光はまた「無障碍旅行」と呼ぶが、その定義は広義と狭義で異なる。広義的には、「無障碍旅行」が大衆観光に属し、各観光地での観光施設等の障壁をなくすため、地域間の観光経済協力に通じて、観光資源、観光商品、観光市場と観光情報の共有など、観光価値の最大化を実現する地域観光旅行である。狭義的には、「無障碍旅行」とは、機能性障がいのある高齢者や障がい者などのすべての老若男女が、旅行中の不便性の取り除くための専用施設や専門サービス、専用製品など、観光活動の利便性を高めることを指す。その点で狭義的な面の「無障碍旅行」は日本の「バリアフリー観光」と同じ意味であり、本論文では、「バリアフリー観光」は中国の「無障碍旅行」の狭義的な意味で用いる。

中国が諸外国のバリアフリー化の動きに関心を持ち始めたのは中国経済が改革開放政策に転換した1979年以降で1980年代に入ってからである²⁵。中国で1980年代に障がい者を表す言葉は「残廢」であったが、国連総会は、1981年を「国際障がい者年」と宣言した。中国では不適切にも「国際残廢人年」と翻訳された。その後1984年に中国残疾人福利基金会在設立した後、明確に障がい者と健常者が同様に物質文明と精神文明の創造者であるとの主張を基に、『残廢人』という表現が廃止された²⁶。

その以降中国では、障がい者のバリアフリーへの関連法規の動きとして、国連障がい者の10年（1983～1992）、アジア太平洋障がい者の10年（1993～2002）を経て、着実に障がい者に対する法的施策が発展してきた。特に2000年以降は2006年の国連・障がい者の権利条約の採択、2008年の北京オリンピック、パラリンピック関連施設の整備に関連しながら国内法の整備が進展した。その点でバリアフリー関連法規の基本的水準は日本や欧米諸

国に近づきつつある²⁷。

例えば1990年12月28日に、障がい者法制の中核となる「中華人民共和国障がい者保障法」が制定され、1991年5月から実行された。完全参加と平等の理念を念頭におき、障がいの者の基本的な権利を保護すると初めて規定した。この中では、国が「都市道路と建物の設計ガイドライン」を実行し、バリアフリー化を進めていくと述べられている。1989年4月に策定され、2001年8月に改定された「都市道路と建物の設計ガイドライン」は車イス利用者と視覚障がい者を対象として様々なバリアフリー施設の基本的な設計基準が規定され、中国で初めての都市道路と公共建物におけるバリアフリーの建設基準である。1994年には「障がい者教育条例」²⁸、2007年に「障がい者就業条例」²⁹が制定された。その後中国では、2006年12月に国連で採択された「障がい者権利条約」³⁰の議論にあわせて障がい者保障法の改正作業が進められ、同法は2008年4月24日に改正された³¹。アクセシビリティに関しては、その後、2012年に「バリアフリー環境建設条例」が制定された。実行の範囲は大都市だけで、また、国と関連会社に対しても強制執行の義務を負わせているわけではない。

また、中国の障がい者対策事業は21世紀に入って第10次5ヶ年計画（2001－2005）、第11次5ヶ年計画（2006－2010）、第12次5ヶ年計画（2011－2015）、第13次5ヶ年計画（2015－2020）を策定し、各地のバリアフリーに関する計画と管理を促進し、バリアフリーのモデルシティを作り、バリアフリーの宣伝を拡大する等のことを規定し、バリアフリーの費用は、中央政府と地方政府が、宣伝、トレーニング、評価などの費用を出し、バリアフリー施設の建設と維持費用は関連の会社が負担すると規定された³²。その中で、実施義務がある基準としては交通部の「民用空港バリアフリー施設配置基準」があり、努力を促す基準としては、鉄道部の「鉄道旅客駅建築設計規範」、建設部の「高齢者建設設計基準」などがある。

一方、2018年1月、中国交通部（省）は、住房城鄉建設部（省）、国家鉄路局、中国民用航空局、国家郵政局、中国残疾人聯合会、全国老齡工作委员会弁公室などと共同で、「高齢者・障がいの者の外出サービスを一層強化改善することに関する意見」³³を発表し、関連基準に基づき、駅やターミナル、車両施設などの視覚障がい者誘導用ブロック、障がい者用通信システム、音声案内、視覚障がい者誘導システムなどの設置を進めるよう明確に求めた。また、2020年までに、鉄道駅、高速道路のサービスエリア、二級以上のバスターミナル、都市鉄道交通の駅などを完全バリアフリーにするようにと求めている³⁴。そして、2020年までに、交通機関のバリアフリーシステムをほぼ完成させ、バリアフリーでの外出サービス

の水準、高齢者に適した外出サービスの水準を大幅に向上させることを明確にしている。また、2035 年までに、交通機関のバリアフリー外出サービスシステムをほぼ完成させ、高齢者や障がい者のニーズを満たすとしている。その他、新たにバスの車両を導入する場合、ノンステップバスを優先的にチョイスし、人口 500 万人以上の都市の場合、新車両は全てノンステップバスにするとしている³⁵。

表 2-2 中国におけるバリアフリー化の現状

レベル	地域	バリアフリー化現状
1	北京、上海、 深圳	バリアフリー化の目標が決まり、地域の具体的な基準が作られ、道路、公共施設などのバリアフリー施設が数多く作られている。
2	各省の省都、 重要な旅行都市	ガイドラインではバリアフリー化をすべきとされているが、現在は建物、モデル道路などが作られている程度。
3	中型都市	一部の新築道路と建物でバリアフリー化が試行的に行われている。
4	小都市と農村部	ほとんどない。

出所：先行研究により筆者作成³⁶。

中国のバリアフリー化の現状について見てみると、現在中国のバリアフリーは誘導用ブロック、手すり、スロープなど安い施設の整備を中心に行っている。そのため、地域の経済能力はバリアフリー化の進度にあまり関係ないと考えられるが、実際は地域の経済発展レベルによってバリアフリー化の進度は異なる。そこで、中国の中央政府は、大都市が先にバリアフリーを実施し、小都市は大都市をモデルシティとして実施努力を行うべきという方針を策定している。この方針により、現在の中国のバリアフリー化の現状は表 2 に示すように、北京、上海、深圳では、道路などの公共施設のバリアフリー化が進んでいるが、各省の省都では、建物、モデル道路などが作られている程度にすぎない。また、中型都市では一部試行的に新築道路と建物でバリアフリー化が行われているが、小都市と農村部で

は、バリアフリー化はほとんどない。

一方、中国では、60 歳以上の高齢者人口は、2025 年までに総人口の 5 分の 1 にあたる 3 億人、2033 年までに総人口の約 4 分の 1 の 4 億人を突破する。そして、2050 年前後には、総人口の約 3 分の 1 に相当する 4 億 8700 万人に達し、高齢者人口の数量および総人口に占める割合はいずれもピークを迎えるとの見通しである³⁷。

北京、上海などの大都市では 2000 年代に入りオリンピックや万博などの国際イベントを通じて観光施設のバリアフリー化が整備されたが、地方都市、中小都市の観光施設の整備、特に高齢者や身体障がい者に対する施設のバリアフリー化はまだまだ不十分である。

中国におけるバリアフリー観光の現況と課題として、以下の点が上げられる。まず、バリアフリーへの政府の財源が乏しいので、完全なバリアフリー化はいまだに贅沢なものである。バリアフリー化に関しては、政府の財源が乏しく、大都市が先行し、お金のかからない項目が先行しているのが実態である。次に、バリアフリー化の実行に必要な法律の未整備と法律の遵守不足であり、現在まで、中国では障がい者と高齢者に関する基本的な法律の中で、徐々にバリアフリーを行っていくと規定しただけで、他に具体的な実行目標や、実行方法などはいまだに規定されていない。それから、法律の実行に関して強制的な項目がいくつかあるが、政府の設計審査と合格認定が不十分なので、各会社は法律を必ずしも遵守しているとは言えない点がある。あと、バリアフリーに関する中国人の関心不足することは現実である。障がい者の社会参加と平等の理念はいまだに中国で普及していない現状がある。また、バリアフリーに対する官僚の意識の低さや、建築家が建物のバリアフリー化のガイドラインをよく知らず、昔のまま健常者を対象に設計したりしていることや障がい者に対する偏見などがあり、バリアフリー化の進行を困難にしている現実がある³⁸。

中国国民がバリアフリー化の関心が少ないことから、バリアフリー関連の法律の整備も進んでいないため、日本を参考にした国民のバリアフリーに対する意識の向上を促す法的整備やそれに基づく諸施策が必要である。福祉、建設、交通など各部局が明確に責任を担い、さらに、各民間の障がい者団体が客観的に政府の仕事を監督し、有益な意見を提出することによって、中国のバリアフリー事業は順調に進んでいると考えられる³⁹。

中国のバリアフリーの現状については地方ごとの経済レベルにより、バリアフリーの推進能力が大幅に違うため、大都市先行、企業先行、お金がかからない項目先行などの方針が制定し、その点、日本の経験と法整備は中国のバリアフリー化にとって参考になると考えられる⁴⁰。

- ¹ 安村克己・堀野正人・遠藤英樹・寺岡伸悟『よくわかる観光社会学』ミネルヴァ書房、2011年、4～5ページ。
- ² 「ひまわり号歴史」『ひまわり号松本実行委員会ホームページ』
<http://himawarigo-m.com/history>。
- ³ 安村克己・堀野正人・遠藤英樹・寺岡伸悟『よくわかる観光社会学』ミネルヴァ書房、2011年、97ページ。
- ⁴ 同上書、98ページ。
- ⁵ 同上書、98ページ。
- ⁶ 「交通バリアフリーとハートビル」、『障害保健福祉研究情報システムホームページ』、
http://www.dinf.ne.jp/doc/japanese/prdl/jsrd/norma/n236/n236_07-01.html。
- ⁷ 同上書。
- ⁸ 「観光立国推進基本法」、『国土交通省観光庁ホームページ』
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/kankorikkoku/kihonhou.html>。
- ⁹ 「バリアフリー法改正」、『国土交通省ホームページ』
<https://www.city.toyonaka.osaka.jp/machi/bariafuri/bariafurisuisin/H30suisinkyougikai.files/sankousiryohH30.pdf>。
- ¹⁰ 「統計からみた我が国の高齢者－「敬老の日」にちなんで－」、『総務省統計局のホームページより』
<https://www.stat.go.jp/data/topics/topi1130.html>。
- ¹¹ 同上書。
- ¹² 同上書。
- ¹³ 同上書。
- ¹⁴ 同上書。
- ¹⁵ 同上書。
- ¹⁶ 「平成29年版高齢社会白書（概要版）」、『内閣府ホームページ』2017年、
https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2017/html/gaiyou/s1_1.html。
- ¹⁷ 齊場三十四『バリアフリー社会の創造』明石書店、1999年。
- ¹⁸ 「バリアフリーへ、政府が新制度 自治体の取り組み促す」、『日本経済新聞』、2018年11月20日、
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZ038009940Q8A121C1CR8000/>。
- ¹⁹ 「ユニバーサルデザイン化の推進について」、『国土交通省ホームページ』、
<https://www.mlit.go.jp/common/001172109.pdf>。
- ²⁰ 「バリアフリー施策・ユニバーサルデザインの考え方に基づく施策の推進について」、『国土交通省総合政策バリアフリーホームページ』2015年2月3日
<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kurashinoshitsu/bunkakail/dai2/siryoh2.pdf>。
- ²¹ 「高齢者、障害者等の円滑な移動等に配慮した建築設計標準」、『国土交通省ホームページ』、
<https://www.mlit.go.jp/common/001179641.pdf>。
- ²² 同上書。
- ²³ 『内閣府ホームページ NPO 法人ポータルサイト』
<https://www.npo-homepage.go.jp/npoportal/detail/046001077>。
- ²⁴ 「バリアフリー化の社会経済的評価の確立へ向けて」 国土交通省国土交通政策研究所、2001.6、
<https://www.mlit.go.jp/pri/houkoku/gaiyou/pdf/kkk3.pdf>。
- ²⁵ 高橋儀平「中国のバリアフリー～法制度と環境整備の現況と課題」『福祉のまちづくり研究』第12巻第1・2号、2ページ。
- ²⁶ 「中国における国連『障がい者の権利条約』の実施状況」、『ワンプラスワン（北京）障がい者文化発展センター』、2012年3月、
<http://www.arsvi.com/2010/1203opo.html>。
- ²⁷ 高橋儀平「中国のバリアフリー～法制度と環境整備の現況と課題」『福祉のまちづくり研究』第12巻第1・2号、2ページ。
- ²⁸ 同上書、32ページ。
- ²⁹ 「障害者就業・生活支援ガイドライン」（2007年2月25日国務院公布、2007年5月1日施行）。

- ³⁰ 2006 年 12 月 13 日に国連総会で採択、2008 年 5 月 3 日に発効。
- ³¹ 「中華人民共和国残疾人保障法」(2008 年 4 月 24 日第 11 期全国人民代表大会常務委員会第 2 回会議修正、2008 年 7 月 1 日施行)。
- ³² 小林昌之『アジアにおける障害者のアクセシビリティ法制』調査研究報告書 アジア経済研究所、2017 年、32 ページ。
- ³³ 「中国、2020 年までにバリアフリー外出サービスシステム実現へ」、『人民網日本語版』、2018 年 01 月 12 日、<http://j.people.com.cn/n3/2018/0112/c94475-9314993.html>。
- ³⁴ 同上書。
- ³⁵ 同上書。
- ³⁶ 青山吉隆「バリアフリーに対する制度や考え方の中日比較に関する基礎的な考察」京都大学工学学報 2013 年 6 月、2 ページ。
- ³⁷ 「中国の高齢者人口、2050 年までに総人口の約 3 分の 2 に」、『人民網日本語版』、2018 年 7 月 20 日、<http://j.people.com.cn/n3/2018/0720/c94475-9483235.html>。
- ³⁸ 青山吉隆「バリアフリーに対する制度や考え方の中日比較に関する基礎的な考察」京都大学工学学報 2013 年 6 月、3～4 ページ。
- ³⁹ 同上書、3～4 ページ。
- ⁴⁰ 同上書、3～4 ページ。

第3章 バリアフリー観光に関する先行研究

本章では日本と中国のバリアフリー観光に関する先行研究に言及する前提として、キーワードのバリアフリー観光の背景と、バリアフリーデザインとユニバーサルデザインとは何か、バリアフリーの定義及び、バリアフリー観光の定義について分析と考察を行う。

第1節 バリアフリー観光の背景

「観光」は中国の『易経』にある「国の光を観る」に由来する言葉であり、一観光団体や一地方、また一業界が取り組むには途方もなく幅広い世界であり、奥の深い産業である。その国、その地方の歴史と伝統と文化そのものでもある¹。

国際観光は「平和のパスポート」と言われるように、平和がなければ成り立たない産業であり、平和な国家のみに存在する産業である。世界が地球的規模の様々な課題に直面し、日本が国際国家として積極的な役割を求められるなか、国際的な相互利害がますます重要になってきた、国際観光を通じた人と人との交流は、外国の人々に素顔の日本と日本人を見聞してもらう機会を提供し、諸外国との政治、経済、文化的な国際摩擦の解消、緩和に役立ち、日本の安全保障にも貢献するものである。観光立国ということで、日本政府としては国際観光が日本の安全保障にも深く関わり合いを持つことである。なぜなら、日本は貿易で経済を支えていかなければならず、自力で戦うことができない国である²。

国際観光を振興するには、海外のお客様を迎える日本政府、旅行業界、国民の努力や意識改革も欠かさない。海外から日本を訪れた旅行者、観光客は、「日本の物価が高い」と言い、言葉の障壁もあるので、気楽に地方へ出かけることできない。そのため、外国人旅行者と日本人と一緒に食事をするだけでも肩が凝る。そうしたバリアを徐々に取り除き、草の根の国際交流を推進して行くことが、これからの日本にとっては重要な国際化の道筋である。また、日本は日本人の障がい者の方々や高齢者の方々に対して、これまでバリアフリーの社会作りに努めて来ているが、外国のお客様に対しても制度や物価の面はもちろん、言葉や心の面でも、バリアフリーな社会を作る努力をしなければならない。国際交流の基本は、一にも、二にも暖かい心である。言葉の問題や生活様式の問題があっても、暖かいハートでお迎えすることができれば、その心は必ず通じる。贅沢につくろった歓迎パーテ

ィよりも、日本人の土のままの優しさや親切さを表すことが大切である³。

第2節 「バリアフリーデザイン」と「ユニバーサルデザイン」とは何か

日本では、「バリアフリーデザイン」は1950年代に建築環境において身体障がい者を狙むバリアを取り除く運動として始まった⁴。建築、道路、交通環境等は身体障がい者が利用できないことが大きな問題で、障がい者や高齢者などの生活弱者に対するバリアを取り除くことに重点が置かれていた⁵。

このような経緯から、「バリアフリーデザイン」とは、身体的障がいを持つ人の社会参加を狙っている障壁（バリア）を取り除く設計のことを指している。これに対して「ユニバーサルデザイン」とは高齢者、身体障がい者といった区分を超えて、はじめから誰にでも使いやすいデザインを目指すことを意味している⁶。

その点、バリアフリーが障壁（バリア）を取り除くと言う意味なのに対してユニバーサルデザインはあらかじめ障壁（バリア）のない設計にしておくと言う、アプローチの仕方に違いが見られる。

観光では、非日常的な時空間の中で「如何に楽しめるか」といった観点が重要となる。そのため観光のユニバーサルデザイン化にあたっては、配慮の必要な観光者も含めて、できるだけ多くの人を楽しめるような観光プログラムの開発が望まれる⁷。

バリアフリーを福祉に限定せず観光を含む広い領域でとらえる背景には、特に観光の分野では、高齢層による観光客の増加だけでなく、大きな荷物を持つ旅行者、幼児連れの親子、妊産婦、さらには海外からの旅行者も含めバリアフリー観光への多様なニーズへの対応の要請が広がっていることがある。例えば、日本の国土交通省が作成した「観光のユニバーサルデザイン化手引き集」では上記の高齢者や幼児、妊産婦などに加え、身体的アレルギーのある人、一時的にけがをした人などが観光をしたいという欲求ニーズに考えるバリアフリーを対象としている。このような背景に、今日では「バリアフリー」という言葉が「ユニバーサルデザイン」の考え方と結びついて、一部の人々への特殊な福祉的支援ではなく、観光を含むバリアフリーと広義的な意味となり、より広く一般の社会生活や日常生活に結びつくものとして理解が広がっている⁸。

第3節 バリアフリー観光の定義

バリアフリーという言葉は、段差の解消等に関する建築用語として使われ始めたものであるが、最近では、高齢者や障がい者にとって使いにくい製品やシステムの改善を目指す様々な場面で用いられるようになっている⁹。

また、バリアフリーは、障がいのある人が社会生活をしていく上で障壁（バリア）となるものを除去するという意味で、もともと住宅建築用語で登場し、段差等の物理的障壁の除去をいうことが多いが、より広く障がい者の社会参加を困難にしている社会的、制度的、心理的なすべての障壁の除去という意味でも用いられる¹⁰。

本研究で扱う「バリアフリー」は、鉄道、バス等の交通機関や、旅館、ホテル等の観光産業施設における障がい者や高齢者等のバリアを感じるすべての方々に対するバリアフリーである。本論文では、「バリアフリー観光」を観光行動に関わる施設やサービスにおけるバリアを広く排除する概念として「バリアフリー観光」と定義している。このバリアフリー観光の概念では、障がい者や外国人、子供連れなど、観光行動において配慮が必要な全ての人にとってのバリアを想定し、これを排除する多様な観光の現場の取り組みに着目している¹¹。

第4節 日本におけるバリアフリー観光に関する先行研究

日本におけるバリアフリー観光に関する先行研究として、1. 前田勇（1998年）、2. 宮井久男（2000年）、3. 井口貢（2002年）、4. 秋山哲男・清水政司・伊澤岬・江守央・松原悟朗（2010）、5. 石塚裕子・新田保次・飯田克弘（2012）、6. 荻野祥平・山畑信博（2013）、7. 平井木綿子（2014）が上げられる。

1. 前田勇の研究¹²（1998年）

前田勇（1998年）は日本におけるバリアフリー観光の旅行業界団体や政府の政策の取り組みについて、歴史的な流れと取り組み内容について述べている。彼によると、日本におけるバリアフリー観光の調査は、日本観光協会が1992年に「障がい者・高齢者の旅行推進に関する調査研究」の中で、障がい者と高齢者を対象にして開始されたとしている。

また、1993年には日本の旅行業界団体の1つである全国旅館環境衛生同業組合連合会（略

称・全旅連）が障がい者並びに高齢者が安心して宿泊できる旅館を推進するため、全旅連加盟の旅館の中から優秀な宿を「シルバースターの宿」として認定する制度が始まったとしている。

さらに、1995 年には政府の観光政策審議会が今後の観光政策の方針として「障がい者と高齢者の旅行の推進と観光設備」の充実を打ち出したとしている。

結果として、大手旅行会社の中には、障がい者や高齢者向けのツアーだけを扱う専門旅行会社を傘下に設けて、積極的な営業活動を展開している所も出てきているとしている。

一方、これらの動きに連動してファミリレストラン・ファーストフードなどの飲食業においても、点字メニュー導入、車椅子用駐車場の設置や通路の幅を広げるなどの動きが始まったとし、観光面での諸設備のバリアフリー化の重要度は高まったとしている。

このように前田勇（1998 年）は日本におけるバリアフリー観光の歴史的な流れと取り組みをわかりやすく述べている。しかしながら、実際の観光都市における調査研究までは到っていない。

2. 宮井久男の研究¹³（2000 年）

宮井久男（2000 年）によると、これまでバリアフリーの問題は、観光の領域でも重要なこととして提起されてきたことであるとし、観光・旅は、行く先々でさまざまな出会いをもたらし、楽しい発見や感動を与えてくれる貴重な体験であることから、観光・旅の自由と機会はすべての人に保障されなければならないとしている。

バリアフリー観光の定義を、観光におけるバリアを取り除き、「だれでも、自由に、どこへでも、“Tourism for All”（すべての人にとっての観光）」の実現を図ることであるとしている。彼は今後高齢化率の加速度的な進行によって、バリアフリー観光の重要性をますます高めていくと述べている。

彼によると、日本では近年、余暇活動の志向が多方面に展開し、それに対応して観光資源が多様化し、観光行動はきわめて多様に展開されてきている。従来観光地として存在していなかった地域にも、リゾート形成やテーマパーク等の観光施設が建設され、観光地として発展しているところも多い。観光が多様化すれば、それに応じて、利用客が直面する観光上のバリアも多様化する。観光活動への参加が大衆化すればするほど、老若男女、高齢者、障がい者、ペット同伴者等、バラエティに富んだ観光スタイルと観光客が現れる。顧客から個客化が進めば進むほど、それぞれが抱える観光上のバリアが顕現してくるとし

ている。

3. 井口貢の研究¹⁴ (2002 年)

井口貢・谷口知司 (2002 年) はバリアを人の意識、心理的側面も含めたより広いとらえ方をしている。彼らによると、バリアには、人の意識や態度に潜む意識・心理上のバリア、建物や施設など都市環境の中に存在し、高齢者や障がい者のなどハンデをもつ人の生活に制限を加え自立生活を困難にする物理的バリアの他、社会の制度や様々なプログラムの中に潜む社会的バリア (情報面のバリア、制度面のバリア、文化面のバリア) などがあり、そのすべての側面でのバリアフリー社会の実現が要求されているとしている。

彼らは観光場面でのバリアとして、具体的に情報のバリア、行動のバリア、受け入れのバリアなどを指摘している。このような状況下でバリアフリー観光はすべての人々の観光「Tourism for All」であり、高齢者や身体障がい者をはじめ誰もが自由に快適に旅行できる「Tourism for All」の環境を設備するには、公共交通機関をはじめとする移動手段やホテル・旅館などの宿泊施設、さらには心のバリアを含めた観光地のバリアフリー化が求められているとしている。

特に個々の観光資源や観光施設のバリアフリーという「点」や「点」と「点」を結ぶ「線」の設備だけではなく、観光地としての「面」さらには「空間」をどのように整備するかということが課題になるとしている。

その点で、高齢者や障がい者にとって、健常者以上に情報提供が必要であること。特に旅行に出かける前の事前情報が重要となり、目的とする観光地やその観光地までの経路、移動手段、宿泊施設について、例えば移動経路に障がい者が利用できるトイレがあるか、交通機関やホテル・旅館等がバリアフリー化されているか、病院・診療所などの位置や利用可能時間、ボラティアの有無などが重要であるとしている。

井口貢・谷口知司 (2002 年) はバリアの概念と人々の意識潜在意識まで踏み込んでいるが、概念の分析に留まり、これに基づく実態調査いわゆる科学的実証研究とはなっていない。

4. 秋山哲男・清水政司・伊澤岬・江守央・松原悟朗の研究¹⁵ (2010)

秋山哲男・清水政司・伊澤岬・江守央・松原悟朗 (2010) はバリアフリー観光とは、第一が観光地での観光設置が観光商品をできるだけ多くの人ができるバリアフリーサー

ビスにすることであり、第二は観光地への移動のための公共交通のターミナルや車両をバリアフリー化することである。第三は観光地の街並みや宿泊施設などをバリアフリー化することであるとしている。

また彼らは観光についてのバリアフリー化について、以下のように、それぞれ「観光ツアーのバリアフリー化」、「観光情報のバリアフリー化」、「交通施設のバリアフリー化」、「観光地のバリアフリー化」、「観光資源のバリアフリー化」、「宿泊施設のバリアフリー化」に分けて説明をしている。

「観光ツアーのバリアフリー化」とは、障がい者・高齢者ができるだけ一般ツアーを利用できるようにすることで、どうしても一般ツアーを使えない時に、代替手段としてスペシャルツアーを使うようにすることである。

「観光情報のバリアフリー化」とは、例えば視覚障がい者のアクセスのためのインターネット整備や、外国人のためのインターネットの多言語化である。

「交通施設のバリアフリー化」とは、その典型例として車いす使用者と視覚障がい者を重点としながら、その他の障がいにできる限り配慮することで、車いす使用者の利用を考えると垂直移動が対策基本となる。

「観光地のバリアフリー化」とは、観光地をできるだけすべての人が利用できるようにデザインしようとするアプローチである。そのため、第一に観光地そのものの魅力を高め、多くの人を感動させ、満足いく地域として持続的に努力を払ってゆくプロセスである。第二はできるだけ誰もが、安全に、安心して、抵抗なく移動できる観光地とすること。第三は観光地の情報を適切に知らせるとともに、観光地へのアクセス交通を充実することである。

「観光資源のバリアフリー化」とは、観光地にできるだけ多くの人に来てもらうため、観光資源そのもののバリアフリー対策が不可欠である。例えば、城、寺院などの歴史遺産地は、歴史遺産とバリアフリーの調整をいかに図るかが重要であり、単純にバリアフリーを進めることができない。

「宿泊施設のバリアフリー化」とは、新たに宿泊施設をつくる場合などでの、バリアフリーは当然の配慮である。しかしながら、文化財及び文化財までは言えない歴史的な建造物を、バリアフリー化することの難しさがあり、課題があるとしている。

秋山哲男・清水政司・伊澤岬・江守央・松原悟朗（2010）はバリアフリーの概念と観光にあてはめ、「観光ツアー」、「観光情報」、「交通施設」、「観光地」、「観光資源」のバリアフ

リー化を細分化し、それぞれの内容を示している。しかしながら、この細分化した概念を利用して観光地での調査分析までは行っていない。

5. 石塚裕子・新田保次・飯田克弘の研究¹⁶ (2012)

石塚裕子・新田保次・飯田克弘 (2012) は、視覚障がい者が旅行に行く際の観光検討段階から旅行先での観光行動の実行に至るまでの意思決定について調査を行った。その結果、観光に行くという意思決定に制約を与える要因については視覚障がい者と健常者では異なることが確認された。視覚障がい者の意志決定に制約を与える要因は「旅行の費用を確保」、「バリアフリーに関する情報の入手」、「移動手段の確保」であった。

「旅行費用の確保」については、視覚障がい者の方が健常者よりも選択率が6割と高かった。その理由として、視覚障がい者の有職率や所得額の課題が影響していると考えられているとしている。「バリアフリーに関する情報の入手」については、健常者も視覚障がい者も同じくバリアフリー関連の情報提供が不足しているとしている。「旅先での移動手段の確保」については、健常者は自家用車の利用率が高く旅先での移動手段を確保する必要がないのに対し、視覚障がい者は視覚障がい者のみで旅行・観光する割合が低く、鉄道やバスといった公共交通機関の利用率が高いことや、非日常圏での単独歩行は難しいことなど、視覚障がい者の特異性を反映しているとしている。

石塚裕子・新田保次・飯田克弘 (2012) の研究では、視覚障がい者を対象に、彼らが旅行参加する際の検討段階から旅行への参加決定までの意思選択に実態調査を行っている。しかしながら、これらは全体的な調査に終わっていて、具体的な観光都市を基にしたものとなっていない。

6. 荻野祥平・山畑信博の研究¹⁷ (2013)

荻野祥平・山畑信博 (2013) は、歴史的建造物・観光地のバリアフリーの実態を調査し、それらの類型化を行い、景観に与える影響を分析している。彼によると、歴史的建造物・観光地のバリアフリー面ではバリアフリーとされているが、ソフト面ではバリアが生じているとする。そこで荻野祥平・山畑信博 (2013) は本当のバリアフリーとは言えないとし、ハード面、ソフト面両方のバリアが取り除かれて初めてバリアフリー化といえると主張する。

荻野祥平・山畑信博 (2013) の研究は、歴史的建造物や観光地でのバリアフリーについ

で実態調査を行っていて、そこでのハード面とソフト面の充実を唱えている。しかしながら彼の研究は、具体的な観光都市等の事例に基づくものでなく、実態調査も大雑把の概念的なものとなっている。

7. 平井木綿子の研究¹⁸ (2014)

平井木綿子 (2014) は行政、旅行代理店へバリアフリー化の現況について調査を行っている。その結果、観光地の観光施設のバリアフリー化は、主に移動的補助に対するハード面での整備が進みつつあるものの、情報補助やソフト面での対策は不十分であると明らかになった。勿論ハード面の整備は十分であるとは言えず、今後改善を進めていかなければならない。

平井木綿子 (2014) は知的障がい者施設職員へバリアフリー化の現況についてヒアリング調査を行っている。その結果、実際の旅行場面では、ハード面で不自由する点については下見等で把握でき、前もって対策が立てられることが多い。現実では、事前の対策が立てにくいアクシデントに対するソフト面での対応の充実が求められている。これから、身体障がい以外の障がい者や外国人等の観光困難者の増加により、人々の障がいに対する理解を深めるための啓蒙活動なども含めた、物理的バリア以外のバリアに対する対策を進める必要があるとしている。

平井木綿子 (2014) の研究は旅行代理店や障がい者施設職員を対象として調査を行ったが、直接高齢者や障がい者などのバリアフリー利用者に対して調査を行っていない。

日本におけるバリアフリー観光に関する先行研究は、日本におけるバリアフリー観光への旅行業界団体や日本政府のバリアフリー化に関する政策の取り組みについて、その歴史的な流れを論述した研究 (前田勇 1998) や (井口貢 2002 年) のように、バリアフリーの概念を人々の意識まで広げたものがある。また、バリアフリー観光を「観光ツアーのバリアフリー化」、「観光情報のバリアフリー化」、「交通施設のバリアフリー化」、「観光地のバリアフリー化」、「観光資源のバリアフリー化」、「宿泊施設のバリアフリー化」と細部に分類した研究 (秋山哲男・清水政司・伊澤岬・江守央・松原悟朗 2010) がある。また、障がい者の旅行におけるバリアフリー観光については (石塚裕子・新田保次・飯田克弘 2012) の研究で視覚障がい者の旅行参加について意思選択決定過程について実証研究がある。しかしながら、観光地における観光客を対象とした研究、特に大都市だけでなく、その以外の地

方観光都市を入れた実証研究は少ない。

第5節 中国におけるバリアフリー観光に関する先行研究

1. 盧璐・宋保平の研究¹⁹ (2012)

盧璐・宋保平(2009)は中国におけるバリアフリー観光に関する関連要素について分析をしている。彼によると、一般の観光客は観光地の施設のバリアフリー化については建物や設備のハード面の意識の度合いが高いが、観光地のバリアフリー制度や情報などのソフト面のバリアフリーについては意識が低い。そして、これらの施設で受ける従業員によるサービスなどの心理面のバリアフリーについても意識が低い。その原因が、中国におけるバリアフリー化の意識はまだ低い。バリアフリー化に関する意識宣伝などが必要であるとしている。

2. 馮召偉・王娜娜の研究²⁰ (2013)

馮召偉・王娜娜(2013)は障がい者がバリアフリー観光に参加する要因について分析を行っている。彼によると、障がい者がバリアフリーツアーの参加する要因として、内的要因と環境要因があるとする。内的要因には、障がい者自身の生理的、心理的、認知的な機能障がいを指している。これらの機能的障がいを持つ旅行者は、旅行の機会と旅行関連情報を知ること自体が困難となり、家族の保護の下に、孤立した社会経験者となっていると指摘している。また、環境要因として、彼は建物や交通機関の設備などのアクセスの問題などの物理的な環境によって障がい者へバリアが存在しているとしている。

このように、馮召偉・王娜娜(2013)の研究は、障がい者がバリアフリー観光に参加する要因を心理面を含む身体の機能障がいからなる内的要因と建物や交通機関の設備などのアクセスの問題の物理的な環境要因に分けて分析を行っている。しかしながら、これらの分析は概念的なものに留まっている。

3. 巫英慧の研究²¹ (2014)

巫英慧(2014)は上記の馮召偉(2013)の研究の障がい者が直面するバリアフリー観光の2つの要素(内的要因、環境的要因)でとらえるに対し、次の4つの要素(経済要素、心理的要因、認識要素、物理的要因)で分析をしている。

巫英慧（2014）によると、障がい者にも旅行に行きたいという気持ちを持っているが、経済的な理由で健常者に比べて旅行にいける機会は少ないとしている。即ち、ほとんどの障がい者は身体的ハンディを持ち、健常者のように勉強や仕事ができないため、収入は一般的に低いので、バリアフリーズアーに行ける観光客が少ない。中国政府や民間企業によって、観光福祉の一環として、一部費用減免と旅行招待が行われているが、その件数は極めて少ないと指摘する。

心理的要素として巫英慧（2014）は障がい者自身の心理的ストレス卑屈感などがあるから、バリアフリーズアーに参加したくない人が少なくないとする。

障がい者の認識要素として巫英慧（2014）は中国の一部の都市や地域では、公共施設にバリアフリー施設が整備されたが、障がい者への宣伝が足りない為、障がい者に知られてなく、障がい者にバリアフリー設備への認識がなく、利用されてない状況が少なくない。また、彼らは過去に旅に出た時に多くのバリアに遭って、不愉快な経験をしていたため、二度と利用したくない意識があるとする。

物理的要素として巫英慧（2014）は中国の観光スポットはバリアフリー化されていない所が多いことや、交通施設、ホテルの客室、レストランなどのバリアフリー化もされている所は少なくないとしている。

このように、巫英慧（2014）は障がい者が旅行に参加する際に直面する 4 つの要素について説明をしているが、これらの要素の関連性、例えば心理的要素と認識要素との違いがはっきりしていない。また、分析が概念で終わっていて根拠がはっきり示されていない。

4. 張正杰・李慶文・陳倩の研究²²（2017）

張正杰・李慶文・陳倩（2017）は中国のバリアフリーズアーの発展段階を 4 つの歴史区分に分けて説明をしている。

（1）育成段階（1950 年代～1990 年代）

中国の 1950 年代から 1990 年代はバリアフリー旅行の「育成段階」であり、まず「労働保険条例」などの法律法規の公布があり、引き続いて各種障がい者協会が相次いで設立された。

（2）萌芽段階（1990 年代～2008 年）

1990 年代から 2008 年は中国のバリアフリー観光の「萌芽段階」で、この時期に「障がい者保障法」や「障がい者就業条例」などの法律法規を支援する政策が出された。また、こ

の時期に研究者による障がい者のバリアフリー観光についての研究が始まった。彼らは、障がい者の所得レベル、社会的地位の他、バリアフリー施設のあり方や政府のバリアフリー政策などの問題について研究を行い、対策を検討した。

(3) 成長段階（2008年～現在まで）

2008年から現在までは中国の観光施設等のバリアフリー化の「成長段階」としてとらえている。中国のバリアフリースターは2008年の北京のパラリンピック大会の開催で注目され、成長段階に入ったとし、各省の政府も、地元の障がい者の状況に応じて、障がい者の観光支援を行ったことを指摘している。この時期になると、障がい者の自発的な組織の旅行も増えたり、バリアフリースターの専用アプリも開発され、その利用者が少なくないとしている。

しかしながら、現実には、中国では障がい者と高齢者に関する法律の中で、徐々にバリアフリーを行っていくと規定しただけで、具体的な実行目標や、実行方法などはいまだに規定されていない。また、数多くの省でも実際に実行する際の細かい規定が作られていない。その点、張正杰・李慶文・陳倩（2017）の「成長段階」の取り方には飛躍があると言える。

このように中国におけるバリアフリー観光についての先行研究者の研究は障がい者の観光参加要因（馮召偉・王娜娜 2013）や歴史的発展段階による説明（張正杰・李慶文・陳倩 2017）と概念的な分析が中心である。その点、日本のバリアフリー観光についての先行研究者の研究も科学的実態調査を基にした実証研究は少ない。さらに、これまでの所、大都市だけでなく、その以外の観光都市を含む中国と日本のバリアフリー観光について比較した実証比較研究は極めて少ないと言える。

第6節 本論文のモデルと仮説

前節で日本と中国におけるバリアフリー観光に関する先行研究の問題点である実証研究の少なさを指摘した。本論文では、日本と中国におけるバリアフリー観光について分析モデルを示し、モデルの構成要素から主問と副問を示した上で、仮説を設け、アンケート調査を基に実証分析を行った。

まず本論文のモデルは図3にあるように、観光客の「個人属性」は「観光客のライフスタイル」とのかかわり、「観光客の観光ライフスタイル」によって、旅行先の設備などの「ハ

ード面へのイメージ」、旅行先の情報などの「ソフト面へのイメージ」、旅行先のサービスを受ける「心理面へのイメージ」の結果はどうなっているか、この3つのイメージは旅行先の選択決定に影響を及ぼすかなどについて分析を行う。

本研究の主問は、観光客が「日・中のバリアフリー観光へのイメージにはどのような相違点があるか」を設定し、3つの副問を設けた。以下は三つの副問である。

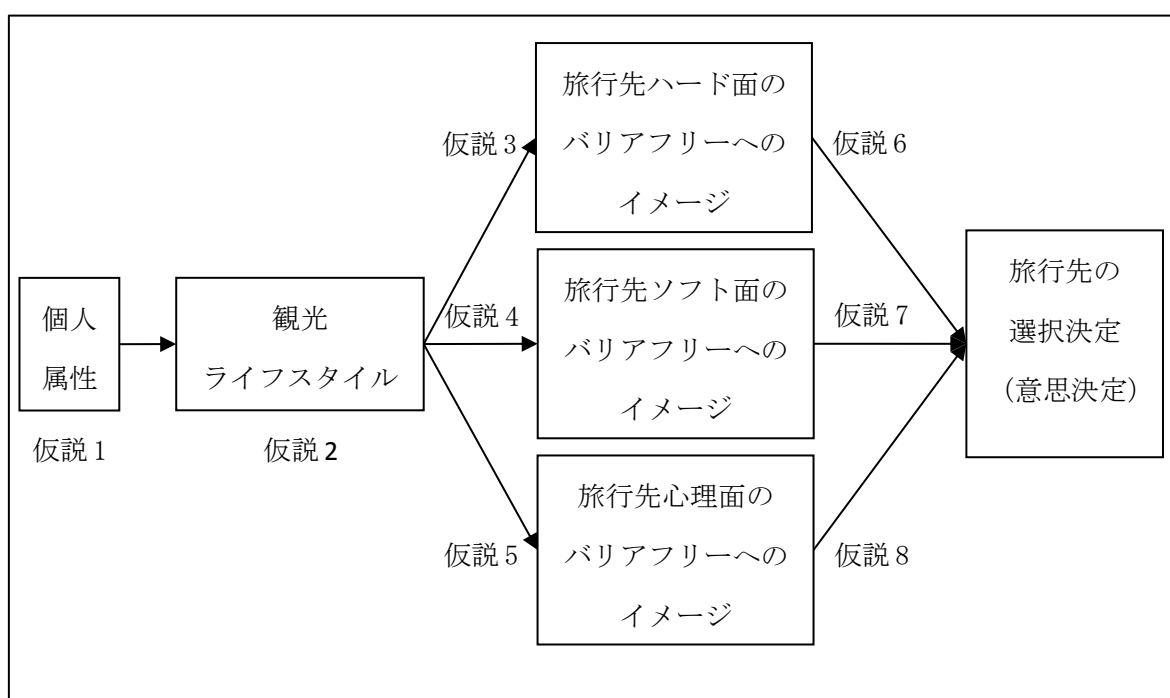
副問1：日・中のバリアフリー観光の観光客はどのようなタイプに分けられるか。

副問2：日・中の観光客のタイプによってバリアフリー観光へのイメージはどのような差異点があるか。

副問3：日・中の観光客のバリアフリー観光へのイメージは観光地の選択にどのような影響を与えているか。

主問と副問に答えを導くため、本論文の研究モデルと仮説を提示した。

図3 本論文のモデル



出所：先行研究により筆者作成。

本論文の仮説：

仮説1：個人属性によって観光ライフスタイルが異なる。

仮説2：観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる。

仮説3：観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。

仮説4：観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。

仮説5：観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。

仮説6：旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。

仮説7：旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。

仮説8：旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。

¹ 二階俊博『観光立国宣言—躍動の観光産業を語る』丸ノ内出版、2000年、6ページ。

² 同上書、299ページ。

³ 同上書、301～302ページ。

⁴ 秋山哲男・清水政司・伊澤岬ほか『観光のユニバーサルデザイン—歴史都市と世界遺産のバリアフリー』学芸出版社、2010年、7ページ。

⁵ 同上書、7ページ。

⁶ 同上書、7ページ。

⁷ 「観光のユニバーサルデザイン化 手引き集～だれもが旅行を楽しめる環境づくりのために～」、『国土交通省ホームページ』、2008年3月、
<https://www.mlit.go.jp/common/000059422.pdf>。

⁸ 中子富貴子「地域観光の発展におけるバリアフリー・ツーリズムの役割—ソーシャル・キャピタル(社会関係資本)の構築と市民活動」『観光研究』、2010年21巻2号、41ページ。

⁹ 森田美佐子・川原晋「観光地におけるバリアフリーの考え方と進め方に関する研究—高山市の行政主催モニターツアーと市民まちづくり活動に着目して—」『観光科学研究』、2013-03、95ページ。

¹⁰ 「バリアフリーとユニバーサルデザインの定義」、『国土交通省総合政策ホームページ』、
<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/udbf/1st-reference5.pdf>。

¹¹ 同上書、95ページ。

¹² 前田勇『現代観光学キーワード事典』学文社、1998年。

¹³ 宮井久男「バリアフリー観光の展開と課題」『岩手県立大学研究紀要』第11巻第1号、2000年、8ページ。

¹⁴ 井口貢『観光文化の振興と地域社会』ミネルヴァ書房、2002年。

- ¹⁵ 秋山哲男・清水政司・伊澤岬ほか『観光のユニバーサルデザインー歴史都市と世界遺産のバリアフリー』学芸出版社、2010年、14～28ページ。
- ¹⁶ 「視覚障がい者の旅行・観光における意思決定過程に関する基礎的研究」『福祉のまちづくり研究』第14巻第1号、2012年3月、3～9ページ。
- ¹⁷ 荻野祥平・山畑信博「歴史的建造物・観光地のバリアフリーに関する研究」『日本建築学会東北支部研究報告集 計画系 (76)』、2013年6月、103～106ページ。
- ¹⁸ 平井木綿子・大西一嘉「ユニバーサルツーリズム推進に向けた取組状況の研究ー行政、旅行代理店、利用者、NPO法人への調査を通じてー」神戸大学大学院工学研究科・システム情報学研究科紀要 (7)、2015年12月、378～380ページ。
- ¹⁹ 盧璐・宋保平「残障游客无障碍旅游环境影响因素的实证研究」『资源开发与市场』、2010年07期、658～660ページ。
- ²⁰ 馮召偉・王娜娜「残疾人的无障碍旅游探析」『旅游經濟』、2013年、43～44ページ。
- ²¹ 巫英慧「浅析我国残疾人旅游市场开发对策研究」『东方企业文化』、2014年、351ページ。
- ²² 張正杰・李慶文・陳倩「浅析我国残疾人旅游市场开发现状」『中国市場』、2017年第36期、242～243ページ。

第4章 アンケート調査の概要

第1節 本論文の研究目的

本論文の研究目的は、先行研究者がこれまで踏まれてこなかった日本と中国における地方観光都市を含む観光都市でのバリアフリー観光について、観光者の持つ建物や交通機関などのハード面のバリアフリーへのイメージ、ソフト面のバリアフリーへのイメージ、心理面のバリアフリーへのイメージについて実証研究のため、日本と中国の観光地の観光者を対象として、アンケート調査を行い、課題や改善点を明らかにし、提言を行うことである。

アンケート調査の場所として、日本では、東京、大阪、福岡、鹿児島、中国では、北京、上海、長春、大連の四か所、両国各四つの都市で行った。これらの都市を選んだ理由は、東京と大阪及び北京と上海の四つの都市は両国のもっとも経済発展の進んでいる観光都市である。また、福岡と鹿児島、長春と大連は両国の地方を代表する観光都市である。これらの都市、特に日本と中国の地方都市については、筆者がこれまですみ暮らした都市でもあり、この四か所を選定した。アンケート調査はアンケート調査票を作成し、上記観光地での観光者に対して、調査票を配布し数日後に回収する方法と、現地観光者への街頭調査法で行った。アンケート調査の対象者は、具体的には、若者から高齢者の10代から80代までの一般観光者の他、身体障がい者、妊婦などの観光者を対象に行った。

アンケート調査表の作成については、アンケート調査の対象が一般の観光者であるため、調査の回答時間が長いほど答えの信頼度が低くなる傾向があり、回答時間が10分以内に回答できるように、アンケート調査表を作成した。

アンケート調査票の中身の多くは関連理論や文献を参考にし、研究モデルに合わせて作成した。アンケート調査表と構成として、第一部で「挨拶文と調査に関する説明文」、第二部で「個人属性に関する質問項目」、第三部で「観光ライフスタイルに関する質問項目」、第四部で「観光消費者の購買行動に関する質問項目」の4つの部分から成っている。(付録1を参照) これらの構成のうち、個人属性に関する項目は、性別、年齢、婚姻状況、学歴、職業、月額収入、世代人数、障がいを持つかなどの8つの項目から構成している。また、年齢、学歴、職業、月額収入は日本と中国の観光者それぞれの実態を配慮して選択肢を設けた。

表 4-1 は本論文の本論文の 6 大項目と題目数をまとめたものである。

表 4-1 本論文の 6 大項目と題目数

調査票の構成	質問の内容	質問番号
第 1 部	個人属性	A1－A8
第 2 部	観光ライフスタイル	B1－B17
第 3 部	旅行先ハード面の バリアフリーへのイメージ	C1－C5
第 4 部	旅行先ソフト面の バリアフリーへのイメージ	D1－D6
第 5 部	旅行先心理面の バリアフリーへのイメージ	E1－E6
第 6 部	旅行先の選択決定	F1－F6

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 4-1 にあるように、調査票の構成は第 1 部から第 6 部までとなっていて、具体的な内容は、第 1 部が個人の属性、第 2 部が観光ライフスタイル、第 3 部が旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ、第 4 部は旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ、第 5 部は旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ、第 6 部は旅行先選択決定となっている。また、それぞれの部に対して分析のため質問番号を A1－A8、B1－B17、C1－C5、D1－D6、E1－E6、F1－F6 で設けた。

具体的な項目につき、ライフスタイルは主に観光に関する 17 問を設けた。旅行先への観光バリアフリーへのイメージに関する質問は、「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」、「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」、「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」の 3 つの部分から構成し、17 問を設けた。旅行先の選択決定（意思決定）に関する質問は 6 問作成した。（付録 1 を参照）

また、回答方法については「同意しない」、「やや同意しない」、「いずれでもない」「やや

同意する」と「同意する」と称した五段階のリッカート尺度を利用した。さらに、アンケートは日本と中国両国で行うため、日本語と中国語の両言語でアンケート表を作成した。

本論文のアンケート調査票では、多くは関連理論や文献を参考にした。5大項目の基礎理論は下表4-2の通りである。

表4-2 研究項目の基礎理論表

研究項目	参考文献
ライフスタイル	<ul style="list-style-type: none"> ・大前研一 『新しい消費者』2018 ・観光庁ホームページ 「旅行・観光消費動向調査」2018 ・JTB 総合研究所 「シニアのライフスタイルと旅行に関する調査」2017 ・林美玉 「障害者バリアフリー観光の実証分析」2016 ・平井木綿子 「バリアフリー旅行推進に向けた取組状況の研究」2014 ・森田美佐子 「観光地におけるバリアフリーの考え方と進め方に関する研究」2013 ・青木 幸弘 『消費者行動論』2012 ・新田保次 「視覚障害者の観光行動の意思決定に影響を与える要因に関する研究」2011 ・飽戸弘 『消費者行動の社会心理学』1994 ・清水晶 『消費者志向のマーケティング』1969
旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・大前研一 『新しい消費者』2018 ・林美玉 「障害者バリアフリー観光の実証分析」2016 ・森田美佐子 「観光地におけるバリアフリーの考え方と進め方に関する研究」2013 ・新田保次 「視覚障害者の観光行動の意思決定に影響を与える要因に関する研究」2011
旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・大前研一 『新しい消費者』2018 ・林美玉 「障害者バリアフリー観光の実証分析」2016 ・森田美佐子 「観光地におけるバリアフリーの考え方と進め方に関する研究」2013 ・新田保次 「視覚障害者の観光行動の意思決定に影響を与える要因に関する研究」2011

旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・大前研一 『新しい消費者』 2018 ・林美玉 「障害者バリアフリー観光の実証分析」 2016 ・森田美佐子 「観光地におけるバリアフリーの考え方と進め方に関する研究」 2013 ・新田保次 「視覚障害者の観光行動の意思決定に影響を与える要因に関する研究」 2011
旅行先の選択決定（意思決定）	<ul style="list-style-type: none"> ・大前研一 『新しい消費者』 2018 ・観光庁ホームページ 「旅行・観光消費動向調査」 2018 ・JTB 総合研究所 「シニアのライフスタイルと旅行に関する調査」 2017 ・林美玉 「障害者バリアフリー観光の実証分析」 2016 ・平井木綿子 「バリアフリー旅行推進に向けた取組状況の研究」 2014 ・森田美佐子 「観光地におけるバリアフリーの考え方と進め方に関する研究」 2013 ・青木 幸弘 『消費者行動論』 2012 ・新田保次 「視覚障害者の観光行動の意思決定に影響を与える要因に関する研究」 2011 ・鮑戸弘 『消費者行動の社会心理学』 1994

出所：先行研究により筆者作成。

第2節 予備調査

アンケート表による調査内容につき信頼性を得るため、本論文では、アンケート本調査の前に、アンケート調査表の内容・言葉は正しく理解されるかどうか、アンケートの対象者に予備調査を実施した。予備調査は2018年10月11日から2018年10月15日の期間で、鹿児島に来ている観光者50名に行った。予備調査では50名全員から回収し、無効回答などを除き、有効部数が47部であった。その結果、予備調査による調査表の信頼度を表すCronbach's α の結果は表4-3の通りである。

Cronbach's α の係数は各項目とも0.7以上であり、Cronbach's α 係数が0.7以上の場合、Cuieford (1965)¹によると、信頼性があるとしているので、予備調査結果のCronbach's α 係数の結果は表4-3にあるように、全体の0.864で、0.7以上であり、信頼性があると判断できる。

表 4-3 予備調査の Cronbach' s α 結果

項目	質問番号	Cronbach' s α 係数
アンケート全体		0.864
観光ライフスタイル	A1～A17	0.804
旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ	B1～B5	0.871
旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ	C1～C6	0.889
旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ	D1～D6	0.836
旅行先の選択決定	E1～E6	0.746

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

第3節 日本と中国各地のアンケート調査（本調査）

本調査として日本各地のアンケート調査は、2018年11月1日から12月20日にかけて、東京、大阪、福岡、鹿児島 の4か所で旅行者を対象にアンケートを実施した。アンケート用紙は各都市300部、全部で1200部を配布した。そのうち、東京は285部を回収した中から無効回答を除いて、有効回収は248部であったので、有効回収率は82.67%であった。大阪は272部を回収し、有効回収は231部、有効回収率は77%であった。福岡は288部を回収し、有効回収は269部であったので、有効回収率は89.67%であった。鹿児島は298部を回収し、有効回収は280部であったので、有効回収率は93.33%であった。これらの地域を総合した日本での全体の回収部数は1143部で、無効回答を除いた有効回答部数は1028であり、有効回収率は85.67%であった。

こちらの地域のアンケート調査票の配布状況と回収結果について纏めたのは表4-4である。

表 4-4 日本各地でのアンケート調査票の配布部数と回収率

配布場所	配布部数	回収部数	有効回収部数	有効回収率
東京	300	285	248	82.67%
大阪	300	272	231	77%
福岡	300	288	269	89.67%
鹿児島	300	298	280	93.33%
全体	1200	1143	1028	85.67%

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

中国各地のアンケート（本調査）は、2018年11月1日から12月31日にかけて、北京、上海、長春、大連の4か所で、旅行者を対象に実施した。アンケート用紙は各都市300部、全部で1200部を配布した。そのうち、北京は249部を回収した中から無効回答を除いた有効回収は229部であったので、有効回収率は76.33%であった。上海は257部を回収し、有効回収は244部で、有効回収率は81.33%であった。長春は242部を回収し、有効回収は229部であったので、有効回収率は76.33%であった。大連は288部を回収し、有効回収は278部で、有効回収率は92.67%であった。これらの地域を総合した中国での全体の回収部数は1036部で、無効回答を除いた有効回答部数は980であり、有効回収率は81.67%であった。

これらの地域のアンケート調査票の配布部数と回収率について纏めたのが表4-5である。

表 4-5 中国各地でのアンケート調査票の配布部数と回収率

配布場所	配布部数	回収部数	有効回収部数	有効回収率
北京	300	249	229	76.33%
上海	300	257	244	81.33%
長春	300	242	229	76.33%
大連	300	288	278	92.67%
全体	1200	1036	980	81.67%

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

日本と中国での旅行者へのアンケート調査票の配布部数と回収部数、有効回収部数及び有効回収率を纏めたのが表 4-6 である。表 4-6 にあるように、回収部数は日本と中国で合わせて、2179 部を回収し、無効回答を除き、2008 部の有効回答票が得られ、有効回収率は 83.67%であった。

表 4-6 日・中観光消費者のアンケート調査票の配布状況と回収結果

調査地域	配布数	回収数	有効 回収数	有効 回収率
日本（東京、大阪、福岡、鹿児島）	1200	1143	1028	85.67%
中国（北京、上海、長春、大連）	1200	1036	980	81.67%
合計	2400	2179	2008	83.67%

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

第4節 統計分析の方法

本研究では、有効なアンケート調査票に基づいて、IBM-SPSS 19.0 を用いて統計分析を行い、本論文の仮説を検証した。

まず、IBM-SPSS 19.0 による仮説検証の前に、記述統計分析を行った。

記述統計分析では、アンケート調査で回収したサンプル数、有効率、累積率などをまとめることができることから記述統計分析を行った。また、記述統計分析でサンプルの性別、年齢、婚姻状況、職業、学歴、収入の割合などを明確化し、データの平均値やパーセント（度数分布）や標準誤差などを計算して、分布を明らかにした。

さらに、観察対象となる集団の特徴や傾向などを正確に記述するため、記述の信頼性の検証を行った。

信頼性分析(reliability)とは、資料の信頼性を測るもので、母集団に対して重複して測定をして得た結果の一致の度合いを指す。観光客へのアンケート調査票の信頼性の検証には Cronbach's α 係数を用いて行った。信頼性の高低と Cronbach's α 係数の関係に示したのが表 4-7 である。

表 4-7 信頼性の高低と Cronbach' s α 係数の対照表

Cronbach' s α 係数	信頼度
Cronbach' s $\alpha \leq 0.3$	信頼度がない
$0.3 < \text{Cronbach' s } \alpha \leq 0.7$	信頼度が低い
$0.7 < \text{Cronbach' s } \alpha \leq 0.9$	信頼度は中間
$0.9 < \text{Cronbach' s } \alpha \leq 1.0$	信頼度が高い

出所：先行研究により筆者作成²。

表 4-7 にあるように、テストの測定値の信頼度は 0～1 で示され、通常 1 に近いほど内的整合性が高いと判断され、0.7 以上でなければ妥当な尺度とはみなせないとされる。

本論文では、統計分析のため各種統計分析手法を用いている。その 1 つが一元配置分散分析である。

一元配置分散分析は、「分散(バラツキ)」に基づく統計方法である。本論文では、ライフスタイルの各因子と旅行者個人の属性との関連性の正規分布を検証するため、尺度が 3 つ以上のグループ間に平均値の差があるかどうかを検定する方法である一元配置分散分析を行った。

次に日本と中国の旅行者のライフスタイルの要素を抽出するため、観測データから個々の構成要素を得ようとする因子分析を行う。

因子分析とは、多変量解析の方法の一つであり、心理尺度の研究手段として用いられる。複数の変数間の相関関係をもとに、変数の背後に潜んでいる共通因子(要素)を抽出する分析方法で、多種類の量的データから少数の因子を取り出したいときに用いる。因子分析の信頼性については、Kaiser-Myer-Olkin (KMO) の標本妥当性を測定し、0.5 以上の場合、因子分析が行われる。

また、分析方法として、2 変数間の関係（正の相関関係もしくは負の相関関係）を数値で記述する分析方法 Pearson 相関分析を用いた。

Pearson 相関分析による相関係数と関係性の度合いを示したのが表 4-8 である。

表 4-8 相関係数と関係性

相関係数	関係性
-1.0 ～ -0.7	負の関係が強い
-0.7 ～ -0.3	負の関係が弱い
-0.3 ～ +0.3	少し関係がある
+0.3 ～ +0.7	正の関係が弱い
+0.7 ～ +1.0	正の関係が強い

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 4-8 にあるように、相関係数が $-1.0 \sim -0.7$ は負の関係が強いとされ、 $-0.7 \sim -0.3$ は負の関係が弱いとされる。逆に、 $+0.7 \sim +1.0$ は正の関係が強く、 $+0.3 \sim +0.7$ 正の関係が弱いとされる。

さらに、本研究では、回帰分析を使って、旅行者の観光ライフスタイル因子が旅行先ハード面、ソフト面、心理面のバリアフリーへのイメージに与える影響の他、旅行先ハード面、ソフト面、心理面のバリアフリーへのイメージが旅行先の選択決定に与える影響、について検証するために回帰分析を行った。

¹ Cuieford, J. P.、Fundamental Statistics in Psychology and Education, 4th Edition, New York: McGraw Hill. (1965)

² 吳明隆「SPSS 問卷系統分析實務操作與運用」、台湾五南出版社、2009 年、375～397 ページ

第5章 日本の統計分析の結果

日本では、東京、大阪、福岡、鹿児島の有名な観光地で、2018年11月1日から12月20日にかけて、4か所で日本人の観光客を対象にアンケート調査を実施した。各都市300部、全部で1200部を配布した。そして、東京は285部を回収して、有効回収数は248部、有効回収率は82.67%であった。大阪は272部を回収して、有効回収部数は231部、有効回収率は77%であった。福岡は288部を回収して、有効回収部数は269部、有効回収率は89.67%であった。鹿児島は298部を回収して、有効回収部数は280部、有効回収率は93.33%であった。日本で合計1143部を回収し、無効回答を除き、1028部の有効回答票を得た。有効回収率は85.67%であった。日本人観光客へのアンケートの配布状況と回収結果については下表5-1の通りである。

表5-1 日本におけるアンケート調査の配布状況と回収結果

配布場所	配布部数	回収部数	有効回収部数	有効回収率
東京	300	285	248	82.67%
大阪	300	272	231	77%
福岡	300	288	269	89.67%
鹿児島	300	298	280	93.33%
合計	1200	1143	1028	85.67

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

記述統計と推論統計の結果は以下に述べる。

第1節 記述統計の結果

1. 信頼度分析

日本各地（東京、大阪、福岡、鹿児島）のアンケート調査の信頼度につき、Cronbach's α 係数を用いて分析を行ったのが表5-2である。

表 5-2 日本での日本人観光客を対象としたアンケート調査の

5 大項目の題目と Cronbach' s α 係数

項目	質問番号	Cronbach' s α 係数
アンケート全体		0.855
1. 観光ライフスタイル	A1～A17	0.799
2. 旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ	B1～B5	0.826
3. 旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ	C1～C6	0.797
4. 旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ	D1～D6	0.813
5. 旅行先の選択決定	E1～E6	0.829

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 5-2 にあるように「観光ライフスタイル」や「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」等の 5 項目の Cronbach' s α 係数は皆 0.7 を超え、表 4-7 で示したように、信頼度 Cronbach' s α 係数が $0.7 < \text{Cronbach' s } \alpha \leq 0.9$ は信頼度が中間とされているので、項目の信頼度は得られたと判断できる。

2. 日本の観光地 4 か所での観光客基本データの分析

アンケート調査をした日本各地の観光客全体の回答者の内訳は表 5-3 の通りであった。表 5-3 にあるように、男性が 597 名で全体の 56.2%で、40 代は 240 名で全体の 23.3%であった。また、婚姻状況では、未婚者の 25.6%に対し、既婚者は 74.4%と程人が既婚者であった。「学歴」については大学率が最も割合として多くの全体の約半分の 54.0%であった。「職業」では会社員が最も多くの 701 名で全体の 68.2%であった。「月額収入」については、20～30 万円未満者が一番多く、398 名で全体の約 4 割の 38.7%であった。また、「世代人数」については、4 人が一番多くの 303 人、約全体の 3 割の 29.5%であった。

表 5-3 日本でのアンケート調査による日本人観光客の基本データの分布表

基本データ		日本のサンプル	%
性別	男性	578	56.2%
	女性	450	43.8%
年齢	10 代	33	3.2%
	20 代	112	10.9%
	30 代	234	22.8%
	40 代	240	23.3%
	50 代	181	17.6%
	60 代	175	17.0%
	70 代	53	5.2%
	80 代以上	0	0
婚姻状況	未婚	263	25.6%
	既婚	765	74.4%
学歴	高校以下	18	1.8%
	短大・専門学校	284	27.6%
	大学	555	54.0%
	大学院以上	171	16.6%
職業	学生	45	4.4%
	アルバイト・パート	35	3.4%
	会社員	701	68.2%
	自営業者	106	10.3%
	主婦	23	2.2%
	公務員	31	3.0%
	定年・退職者	67	6.5%
	その他	20	1.9%
	無収入	28	2.7%
	10 万円未満	42	4.1%

月額収入	10～20 万円未満	184	17.9%
	20～30 万円未満	398	38.7%
	30～40 万円未満	289	28.1%
	40～50 万円未満	79	7.7%
	50 万円以上	8	0.8%
世代人数	1 人	131	12.7%
	2 人	110	10.7%
	3 人	223	21.7%
	4 人	303	29.5%
	5 人以上	261	25.4%
障がいかどうか	ある	48	4.7%
	なし	980	95.3%

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

また、身体的な「障がいがあるかどうか」については、「障がいなし」を答えた人は 980 名で、全体の 95.3%を占め、「障害がある」を答えた人は 48 名で、全体の 4.7%と圧倒的に健常者であった。なお、本調査では、「障がいがある」の回答者と「障がいなし」の回答者は、高齢者、妊婦などと同じように観光客として取り扱い、データーを分析する。「障がいがある」と回答した人の数は極めて少数であるが、別途分析を行った。

3. 平均値分析

次に、日本の観光地 4 か所の観光客の「観光ライフスタイル」、「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」、「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」、「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」及び「旅行先選択決定」の 5 大項目につき、全体のアンケートの集計結果に基づいて平均値を示した平均値分析を行う。

まず、日本の観光地 4 か所での日本人観光客の「観光ライフスタイル」について、1～5 の 5 段階評価を平均値で示したのが表 5-4 である。

表 5-4 日本人観光客の「観光ライフスタイル」の平均値と標準誤差一覧表

観光ライフスタイル (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	標準 誤差	順位
1. 私は旅行が好きである。	4.49	0.31	2
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	3.68	0.65	8
3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうが良いと思う。	4.25	0.66	4
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う。	3.11	0.84	17
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	3.33	0.87	11
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	3.26	0.78	12
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	3.66	0.65	9
8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	3.13	0.89	16
9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	3.78	0.83	7
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	3.22	0.78	13
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	3.87	0.98	6
12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	4.11	0.41	5
13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	3.18	0.79	15
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かないと思う。	3.59	0.82	10
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	3.22	0.71	14
16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	4.67	0.42	1
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	4.37	0.34	3
総平均値	3.70	0.69	-

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 5-4 にあるように、日本の観光地 4 か所での観光客の観光ライフスタイルについて、「17. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う」の平均値が 4.67 で一番高い。次に「1. 私は旅行が好きである」の平均値が 4.49 で、三番目が「17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う」の平均値が 4.37 となった。

次に、これらの地域の観光客の「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」についての5段階評価による答えを平均値で示したのが表5-5である。

表5-5 日本人観光客の「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」
の平均値と標準誤差一覧表

旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	標準 誤差	順位
1. ホテルのバリアフリー化は十分進んでいると思う。	4.47	0.84	1
2. レストランのバリアフリー化は十分進んでいると思う。	4.25	0.65	2
3. 交通機関のバリアフリー化は進んでいると思う。	3.85	0.66	4
4. 道路のバリアフリー化は進んでいると思う。	3.92	0.93	3
5. 観光スポットのバリアフリー化は進んでいると思う。	3.33	0.87	5
総平均値	3.96	0.79	—

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表5-5にあるように、日本での観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに対して、回答の5段階評価の平均値が一番高いのは「1. ホテルのバリアフリー化は十分進んでいると思う」の平均値が4.47と一番高く、続いて「2. レストランのバリアフリー化は十分進んでいると思う」の平均値の4.25で、三番目は「4. 道路のバリアフリー化は進んでいると思う」の平均値が3.92であった。一方、平均値で一番低いのは「観光スポットのバリアフリー化は進んでいると思う」の平均値は3.33であった。その点、日本人が観光スポットのバリアフリー化に対して観光客は低い評価をしていることが判明した。

また、アンケート調査の3番目の項目である日本の観光地4か所での観光客の「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」についての5段階の答えを平均値で示したのが表5-6である。

表 5-6 日本人観光客の「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」
の平均値と標準誤差一覧表

旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	標 準 誤 差	順 位
1. バリアフリー観光ルートは完備していると思う。	3.48	0.84	3
2. バリアフリー観光情報の提供は完備していると思う。	3.65	0.65	2
3. 多言語対応システムは完備していると思う。	2.85	0.66	5
4. 点字対応システムは完備していると思う。	3.06	1.17	4
5. バリアフリー制度が推進されていると思う（政府の重視）。	4.11	0.87	1
6. バリアフリーに対するフィードバックシステムが完備していると思う。	2.72	1.20	6
総平均値	3.31	0.90	-

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 5-6 にあるように、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに対して、日本人観光客の回答の平均値が一番高かったのは「5. バリアフリー制度が推進されていると思う（政府の重視）」で、平均値が 4.11 であった。続いて二番目は「2. バリアフリー観光情報の提供は完備していると思う」の平均値が 3.65 であった。三番目は「1. バリアフリー観光ルートは完備していると思う」で、平均値は 3.48 であった。逆に平均値が低かったのは「3. 多言語対応システムは完備していると思う」、と「6. バリアフリーに対するフィードバックシステムが完備していると思う」であった。このことから、日本の 4 つの観光地での観光地の観光地の多言語システムやバリアフリーに対するフィードバックシステムに対しては、観光客の評価が低いことが判明した。

次に、アンケート調査票の 4 番目の項目である日本の 4 つの地域での日本人観光客の「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」についての答えを平均値で示したのが表 5-7 である。

表 5-7 日本人観光客「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」
の平均値と標準誤差一覧表

旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	標準 誤差	順位
1. 従業員のバリアフリー（サービス）対応が適切だと思う。	4.51	0.85	1
2. 従業員の多言語対応が充分できると思う。	3.57	0.81	6
3. 介護・医療関連サービスの対応が充分だと思う。	3.89	0.72	5
4. 住民の態度が親切だと思う。	4.48	0.36	2
5. 観光客の態度が親切だと思う。	4.34	0.47	3
6. あらゆる年齢層への対応が充分だと思う。	4.17	0.40	4
総平均値	4.16	0.60	-

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 5-7 にあるように、日本人観光客の回答の平均値が一番高いのは「1. 従業員のバリアフリー（サービス）対応が適切だと思う」で、平均値が 4.51 であった。二番目は「4. 住民の態度が親切だと思う」で、平均値が 4.48 であった。三番目は「5. 観光客の態度が親切だと思う」で、平均値が 4.34 であった。逆に、旅行者にとって旅行先心理的イメージの一番低い項目は「2. の多言語対応が充分できると思う」の平均値が 3.57 であった。この平均値自体は低くないが、日本人観光客は従業員英語などを含む多言語能力に対して低い評価を出していることが判明した。

アンケート調査の最後の 5 番目の項目である日本の 4 つの地域での日本人観光客の「旅行先の選択決定（意思決定）」についての答えを 5 階評価の平均値で示したのが表 5-8 である。

表 5-8 日本人観光客「旅行先の選択決定（意思決定）」の
平均値と標準誤差一覧表

旅行先の選択決定（意思決定） （同意する＝5、やや同意する＝4、いずれでもない＝3、やや同意しない＝2、同意しない＝1）	平均 値	標準 誤差	順位
1. 旅行先ハード面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く。	3.87	0.61	2
2. 旅行先ソフト面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く。	3.89	0.50	1
3. 旅行先心理面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く。	3.76	0.56	3
4. バリアフリー関連設備が充実された所を選んで旅行に行く。	3.46	0.74	4
5. バリアフリー人材教育が充分された所に旅行に行く。	3.34	0.46	5
6. 旅行会社のバリアフリースターを選んで、旅行に行く。	2.08	0.31	6
総平均値	3.40	0.53	－

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 5-8 にあるように、旅行先の選択決定（意思決定）につき、日本人観光客の回答の平均値が一番高かったのは「2. 旅行先ソフト面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」で、平均値が 3.89 であった。次に「1. 旅行先ハード面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」で、平均値が 3.87 であった。三番目は「3. 旅行先心理面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」で、平均値が 3.76 であった。この三つの項目は平均値の差が大きいことから、日本の 4 つの地域の観光客が旅行先ハード面、ソフト面、心理面のバリアフリーへの期待度は大差がないことが分かった。逆に平均値が一番低いのは「6. 会社のバリアフリースターを選んで、旅行に行く」で、数値が 2.08 で、日本のこちらの地域での観光客は旅行に行く際に、旅行会社のバリアフリースターを選んで旅行を決める比率は低いことが判明した。

第2節 推論統計とその結果

日本の4つの地域の日本人観光客の「観光ライフスタイル」、「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」、「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」、「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」及び「旅行先選択決定」の5大項目について、アンケート調査の結果を一元配置分散分析、相関分析、線形回帰分析など分析方法を用いて、SPSS ソフトで得たデータを推論統計の対照表で示したのが表5-9である。その際、質問内容を質問番号として、A1～E6で表した。

表5-9 日本での日本人観光客を対象としたアンケート調査の5大項目の推論統計の対照表

調査票の設計	質問の内容	質問番号
基本データ	個人の属性	—
第一部	観光ライフスタイル	A1—A17
第二部	旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ	B1—B5
第三部	旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ	C1—C6
第四部	旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ	D1—D6
第五部	旅行先の選択決定（意思決定）	E1—E6

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表5-9にあるように、「観光ライフスタイル」の質問番号はA1-A17の記号で、「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」の質問番号はB1-B5の記号で、「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」の質問番号はC1-C6の記号で、「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」の質問番号はD1-D6の記号で、「旅行先の選択決定（意思決定）」の質問番号はE1-E6の記号で表示している。

次に、日本での日本人観光客の個人属性（性別、年齢、婚姻状況、学歴、職業、月額収入、世代人数、障がいがあるかどうか）によって、観光ライフスタイルには差異があるかどうかを分析し、本論文の「仮説1：個人属性によってライフスタイルが異なる」を検証す

る。

1. 一元配置分散分析の結果（仮説1の検証）

一元配置分散分析の目的は、2個以上のサンプルの平均値の差異から検定を行うことで、一方独立サンプルT検定は2つのサンプル間の平均の差を検定することである。

日本での日本人観光客の個人の属性（性別、年齢、婚姻状況、学歴、職業、月額収入、世代人数、障がいがあるかどうか）によって、観光ライフスタイルには差異があるかどうかを分析の結果、「性別」、「年齢」、「婚姻状況」、「障がいがあるかどうか」に対して観光ライフスタイルは有意差が見られ、その他の項目には有意差はなかったことが分かった。

一元配置分散分析による、性別、年齢、婚姻状況、障がいがあるかどうかに対して観光ライフスタイルは有意差があるかどうかの分析結果は下記のとおりである。

(1) 日本人観光客の個人の属性（性別）による観光客の観光ライフスタイルの分析の結果を示したのが表5-10である。男性を1、女性を2とする。

表5-10 個人属性（性別）対観光ライフスタイルの一元配置分散分析(t検定)表

観光ライフスタイル (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均値	t 値	有意確率 p 値
1. 私は旅行が好きである。	4.49	8.92	0.349
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	3.68	15.67	0.013* 1<2
3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う。	4.25	7.63	0.374
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくない。	3.11	2.24	0.152
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	3.33	3.65	0.145
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	3.26	3.92	0.391
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	3.66	6.79	0.646
8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	3.13	9.36	0.239

9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	3.78	12.65	0.924
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	3.22	13.49	0.214
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	3.87	6.78	0.978
12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	4.11	18.87	0.021* 2<1
13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	3.18	5.48	0.161
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かない。	3.59	3.99	0.526
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	3.22	17.17	0.043* 1<2
16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	4.67	14.15	0.221
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	4.37	13.59	0.229

注：（*は $p<0.05$ 有意差がある）。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 5-10 にあるように、日本での日本人観光客の観光ライフスタイルの「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」の有意確率の数値 $P=0.013$ で、 $P<0.05$ に当てはまり、有意差があることが分かった。また、クロス分析によると、日本人の男性観光客の観光ライフスタイルの 5 段階評価の平均値が 3.01 であったのに対し、日本人女性観光客の場合は平均値が 4.35 であった。このことは、日本人女性観光客は男性観光客より、一人旅行に不安感あるが強い為、一人旅行に行かないことが分かった。

一方、日本人観光客の個人属性（性別）による観光客の観光ライフスタイルの「12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う」の有意確率が表 5-10 にあるように、 $P=0.021$ で、 $P<0.05$ で、有意差があることが分かった。また、クロス分析によると、日本人男性観光客の 5 段階評価の平均値は 4.66 に対し女性は 3.56 であった。これにより、日本人男性観光客は、女性よりも旅行に行く暇がないので旅行に行かないことが判明した。

さらに、表 5-10 の日本人観光客の個人の属性（性別）による観光客の観光ライフスタイル「15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う」の有意確率 P 値 $=0.043$ となつて、 $P<0.05$ の為、有意差があることが分かった。クロス分析によると、日本人男性観光客の 5 段階評価の平均値は 2.53 であったのに対し、女性は 3.91 であった。これにより、日本人女性観光客は男性よりもどこに旅行に行くか分からないので、旅行をやめる場合が

多いことが分かった。

(2) 観光客の個人の属性（年齢）による観光客の観光ライフスタイルの分析の結果を示したのが表 5-11 である。10 代を 1、20 代を 2、30 代を 3、40 代を 4、50 代を 5、60 代を 6、70 代を 7 とする。

表 5-11 個人属性（年齢）対観光ライフスタイルの一元配置分散分析表

観光フスタイル (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	F値	有意確 率p値	Scheffe法
1. 私は旅行が好きである。	4. 49	4. 618	0. 882	
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	3. 68	3. 556	0. 542	
3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う。	4. 25	3. 302	0. 096	
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う。	3. 11	3. 027	0. 845	
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	3. 33	5. 699	0. 809	
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	3. 26	5. 201	0. 922	
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	3. 66	3. 598	0. 091	
8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	3. 13	1. 093	0. 847	
9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	3. 78	4. 584	0. 007*	5<6<4<7<3<2<1
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	3. 22	5. 688	0. 756	
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	3. 87	2. 354	0. 023*	4<6<5<7<3<1<2
12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	4. 11	4. 255	0. 051	
13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かない	3. 18	3. 624	0. 71	

と思う。				
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かないと思う。	3.59	4.578	0.415	
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	3.22	2.968	0.568	
16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	4.67	4.158	0.531	
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	4.37	9.668	0.486	

注：（*は $p < 0.05$ 有意差がある）。

出所：筆者のアンケート調査をもとにより作成。

表 5-11 にあるように、日本での日本人観光客の年齢対日本人観光客の観光ライフスタイルの「9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う」と「11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」は有意確率の P 値がそれぞれ 0.007 と 0.023 となっており、 $P < 0.05$ の為、有意確率があることを示している。つまり、この 2 つの経済面の観光ライフスタイルに関する質問に対する答えは年齢により異なることが分かった。クロス分析によると、日本人観光客は年齢をとればとるほど、経済面から受ける影響が弱く、日本人観光客は年齢の成長につれて、経済力も強くなって、旅行に与える経済要因が弱くなってくることが分かった。

(3) 日本人観光客の個人の属性（婚姻状況）による観光客の観光ライフスタイルの分析の結果を示したのが表 5-10 である。未婚を 1、既婚を 2 とする。

表 5-12 個人属性（婚姻状況）対観光ライフスタイルの一元配置分散分析(t 検定)表

観光ライフスタイル (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	t 値	有意確率 p 値
1. 私は旅行が好きである。	4.49	7.54	0.278
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	3.68	13.58	0.001* 2<1
3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う。	4.25	6.57	0.576
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくない	3.11	3.68	0.321

と思う。			
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	3.33	5.48	0.233
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	3.26	2.44	0.854
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	3.66	5.11	0.011* 1<2
8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	3.13	11.12	0.542
9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	3.78	15.32	0.787
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	3.22	5.62	0.754
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	3.87	4.99	0.698
12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	4.11	14.56	0.099
13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	3.18	3.42	0.296
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かないと思う。	3.59	5.84	0.787
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	3.22	16.01	0.325
16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	4.67	2.65	0.487
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	4.37	8.99	0.339

注：（*は $p<0.05$ 有意差がある）。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 5-12 にあるように、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」の有意確率の P 値が 0.001 となっており、 $P<0.05$ の為、有意差があるとなった。クロス分析によると、日本人の未婚の観光客の 5 段階評価の平均値が 4.38 であったのに対し、日本人既婚観光客の方が 2.98 であった。これによって、日本人未婚の観光客は既婚の観光客より「一人旅行が不安と感じる」際、一人旅の時に不安感が強いことがわかった。一方、既婚の観光客が比較的一人旅に行きたいということが分かった。

同じく表 5-12 にあるように、日本人観光客の観光ライフスタイルの「7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」の有意確率の P 値は 0.011 となっており、この値は $P<0.05$ の為、有意確率があるとなった。クロス分析によると、日本人未婚の観光客の 5 段階評価の平均値が 4.06 であったのに対して、日本人既婚の観光客の方が 3.25 であった。これによって、

日本人未婚観光客は既婚観光客よりも旅行に行く時、同伴者が必要と思っていることが分かった。一方、既婚の観光客が同伴者がいなくても、旅行に行きたいということが分かった。

(4) 日本人観光客の個人の属性（障がいがあるかどうか）による観光客の観光ライフスタイルの分析の結果を示したのが表 5-13 である。

表 5-13 個人属性（障がいがあるかどうか）対観光ライフスタイルの
一元配置分散分析(t 検定)表

観光ライフスタイル (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均値	t 値	有意確率 p 値
1. 私は旅行が好きである。	4.49	3.54	0.489
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	3.68	4.68	0.001*
3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうが良いと思う。	4.25	7.26	0.001*
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う。	3.11	5.26	0.001*
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	3.33	6.11	0.000*
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	3.26	5.22	0.000*
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	3.66	5.01	0.001*
8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	3.13	9.26	0.015*
9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	3.78	13.55	0.009*
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	3.22	6.94	0.000*
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	3.87	8.77	0.011*
12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	4.11	7.05	0.267
13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	3.18	6.98	0.587
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かないと思う。	3.59	6.66	0.189
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	3.22	6.26	0.544

16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	4.67	11.21	0.549
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	4.37	10.63	0.631

注：（*は $p < 0.05$ 有意差がある）。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 5-13 にあるように、日本で日本人観光客の個人属性（障がいがあるかどうか）による日本人観光客の観光ライフスタイルは、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う」、「4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う」、「5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う」、「6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う」、「7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」、「8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う」、「9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う」、「10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う」、「11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」などの 10 問は有意確率 P 値が $P < 0.05$ であり、有意差があった。クロス分析によると、障がいのある観光客は、不安と感じる為一人旅には行かない。体の具合が悪い時も旅行に行かない。過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行かない。旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくない。旅行に行く際、家族や他人に迷惑をかけると思うから、旅行に行きたくない、旅行に行くことは同伴者ないと旅行に行かない。観光客が多い為所に旅行に行きたくない、あと、経済力がない為、旅行に行かない。すなわち、障がいのある観光客に対して、主観要因、客観要因、経済要因などの影響で、旅行に行かないことが判明した。また、障がいのある観光客の回答の 5 段階評価の平均値（4.88）が比較的に高いが、障がいのない観光客の回答の平均値も 3.5 以上となって、低くはない。すなわち、観光地のバリアフリー化は、日本人障がい者の観光客と障がいのない観光客のすべての観光客に必要不可欠なものであることが分かった。

以上の分析により、日本人観光客の個人属性（性別、年齢、婚姻状況、障がいがあるかどうか）による観光ライフスタイルの分析は表 5-10～5-13 にあるように、表 5-10 の個人属性（性別）対観光ライフスタイルの分析では、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う」、「15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う」、表 5-11 の個人属性（年齢）対観光ライフスタイルの分析では、「9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う」、「11. 旅行費用が高い為、旅行に

行かないと思う」、表 5-12 の個人属性（婚姻状況）対観光ライフスタイルの分析では、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」、表 5-13 の個人属性（障がいがあるかどうか）対観光ライフスタイルの分析では、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う」、「4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う」、「5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う」、「6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う」、「7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」、「8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う」、「9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う」、「10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う」、「11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」の有意確率の P 値が $P < 0.05$ である為、有意差があることが分かった。つまり、個人属性（性別、年齢、婚姻状況、障がいがあるかどうか）によってライフスタイルが異なる。その他の 4 つの項目が個人属性による顕著の差異がないことが分かった。

上記の分析した通り、本論文の「仮説 1：個人属性によってライフスタイルが異なる。」が日本人観光客のデータ分析により、部分的に成立することが分かった。

2. 因子分析の結果（仮説 2 の検証）

まず、仮説 2 を検証する為、サンプル抽出が適切であるか見定めるため、因子の回転方法においてはバリマックス直行回転で分析した。その結果、表 5-14 にあるように、KMO 値が 0.727 であったので、因子分析を適用し、サンプル抽出が適切であることが分かった。

表5-14 日本で日本人観光客の観光ライフスタイルのKMO値検定の結果

KMO および Bartlett の検定		
Kaiser-Meyer-Olkin の標本妥当性の測度		.727
バートレット の球面性検定	近似カイ2乗	8102.796
	自由度	136
	有意確率	.000*

注：（*は $p < 0.05$ 有意差がある）。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

また、日本のサンプルは、表 5-14 にあるように、バートレットの球面性検定の近似カイ2乗 (X²) 値が 8102.796 であり、有意確率が 0.000 (P 値<0.05 で有意を表す) であったので、日本人観光客のデータが正規分布で、因子分析に適した数値が出ている。

そして、因子分析でバリマックス法直行回転の後、表 5-15 にあるように 5 つの因子を抽出でき、表 5-16 にあるように累積寄与率が 68.131%に達した。

表5-15 日本人観光客の観光ライフスタイルの因子分析表

回転後の成分行列 ^a					
観光ライフスタイル	成分				
	1	2	3	4	5
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	.857	-.071	.181	.161	-.029
9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	.826	-.003	.084	.236	.144
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	.710	.373	.196	-.022	-.166
12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	.640	.162	-.147	.004	-.250
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	.239	.762	.298	.102	-.160
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	.216	.679	.046	.222	.083
3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う。	-.092	.662	.353	.109	.080
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	-.007	.585	.156	.118	-.244
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かない。	-.052	.104	.834	.298	-.057
8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	.145	.383	.718	.068	-.029
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	.170	.264	.664	.229	.058
13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	.302	.047	.248	.823	-.070
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為旅行に行きたくない。	-.029	.351	.175	.778	-.035
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	.217	.206	.442	.579	.092
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	.033	-.127	.087	.021	.889
16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	-.218	.302	-.307	.153	.671
1. 私は旅行が好きである。	-.140	-.341	.098	-.298	.600

因子抽出法：主成分分析

回転法：Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

a. 6 回の反復で回転が収束しました。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表5-16 日本人観光客の観光ライフスタイルの因子分析の因子累積寄与率表

説明された分散の合計									
成分	初期の固有値			抽出後の負荷量平方和			回転後の負荷量平方和		
	合計	分散率	累積 %	合計	分散率	累積 %	合計	分散率	累積 %
1	5.289	31.109	31.109	5.289	31.109	31.109	2.702	15.896	15.896
2	2.189	12.876	43.985	2.189	12.876	43.985	2.613	15.373	31.269
3	1.787	10.511	54.496	1.787	10.511	54.496	2.391	14.067	45.336
4	1.253	7.369	61.865	1.253	7.369	61.865	2.043	12.017	57.354
5	1.065	6.266	68.131	1.065	6.266	68.131	1.832	10.777	68.131
6	.895	5.267	73.398						
7	.738	4.343	77.741						
8	.685	4.030	81.771						
9	.612	3.598	85.369						
10	.523	3.074	88.443						
11	.440	2.591	91.033						
12	.387	2.279	93.313						
13	.290	1.706	95.018						
14	.261	1.537	96.555						
15	.233	1.369	97.924						
16	.215	1.266	99.190						
17	.138	.810	100.00						
因子抽出法：主成分分析									

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表5-15にあるように、日本における日本人観光客の観光ライフスタイルの因子分析の結果、「経済要因」、「主観要因」、「情報要因」、「客観要因」、「意識要因」の5つの因子が抽出され、先行研究を参考にし、因子分析の結果に基づき、具体的に下記のように解釈できた。

因子1：経済要因

この因子には4つの項目が含まれ、分散寄与率は表5-16にあるように31.109%であった。因子の負荷量は表5-15にあるように0.640～0.857の間であった。因子負荷量の大きさ順に並べると、「11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」、「9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う」、「10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う」、「12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う」となる。これらは旅行にかかる費用や、経済力などの問題に関心も持ち、旅行に行くと家族に負担を軽減できないこと、仕事が忙しいこと、などを考えて旅行に行けない方々である。そこで、この因子を「経済要因」と命名した。

因子2：主観要因

この因子には4つの項目が含まれ、分散寄与率は表5-16にあるように12.876%であった。因子の負荷量は表5-15にあるように0.585～0.762の間であった。これらを因子負荷量の大きさ順に並べると、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う」、「3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う」、「7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」となる。これらの因子は一人旅の不安感、旅行中に他人に迷惑、自分の体の具合、旅行中の同伴者はいるかいないか、などを考えて旅行に行くかどうかを考えるグループになる。そこでこれらの因子を「主観要因」と命名した。

因子3：情報要因

この因子には3つの項目が含まれ、分散寄与率は表5-16にあるように10.511%であった。因子の負荷量は表5-15にあるように0.664～0.834の間であった。これらを因子負荷量の大きさ順に並べると、「14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かない」、「8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う」、「15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う」となる。これらは旅行先の情報入手や観光客が多いかどうか、などを考えるグループとなり、この因子を「情報要因」と命名した。

因子4：客観要因

この因子には3つの項目が含まれ、分散寄与率は表5-16にあるように7.369%であった。因子の負荷量は表5-15にあるように0.579～0.823の間であった。これらを因子負荷量の大きさ順に並べると、「13.旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う」、「4.過去に不愉快な旅行経験がある為旅行に行きたくない」、「5.旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う」となる。これらは観光地の物価、過去の不愉快の経験、観光客自身の条件などの客観的なことを考えるグループとなり、この因子を「客観要因」と命名した。

因子5：意識要因

この因子には3つの項目が含まれ、分散寄与率は表5-16にあるように6.266%であった。因子の負荷量は表5-15にあるように0.6～0.889の間であった。これらを因子負荷量の大きさ順に並べると、「17.旅行先の交通の便利さが重要だと思う」、「16.旅行先のバリアフリー化が重要だと思う」、「1.私は旅行が好きである」となる。これにより、このグループの観光客は、旅行先のバリアフリーへの態度や観光客自身の旅行への態度を重視していることから、この因子を「意識要因」と命名した。

因子分析により、日本における日本人観光客の観光ライフスタイルが、経済要因、主観要因、情報要因、客観要因、意識要因などの5つのグループに分けることができた。それらをそれぞれ命名した因子ごとに寄与度をパーセントで表示したのは表5-17である。

表 5-17 日本人観光客の観光ライフスタイルの因子の命名と寄与度

	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4	因子 5
命名	経済要因	主観要因	情報要因	客観要因	意識要因
寄与度	31.109%	12.876%	10.511%	7.369%	6.266%

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

上記の分析により、日本における日本人観光客の観光ライフスタイルは「経済要因」、「主観要因」、「情報要因」、「客観要因」、「意識要因」の5つのグループに分けることができ、

本研究の仮説2「観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる」が日本人観光客のデータ分析により、成立することが明らかになった。

3. 相関分析の結果

本論文の相関分析の目的は、「観光ライフスタイル」は「ハード面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」との間の関係を理解することにある。それから、ハード面のバリアフリーへの観光イメージ、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」は「旅行先の選択決定（意思決定）」との間の関係を理解することにある。相関関係の分析の結果は表5-18のとおりである。

表5-18 本論文の5大項目の相関係数分布表

相関係数						
日本人観光客		観光 ライフ スタイル	ハード面の イメージ	ソフト面の イメージ	心理面の イメージ	旅行先の 選択決定
観光ライフ スタイル	Pearson 相関		.605***	.524***	.773***	.033
	p値		.000	.000	.000	.295
ハード面の イメージ	Pearson 相関	.605***		.665***	.608***	.667***
	p値	.000		.000	.000	.000
ソフト面の イメージ	Pearson 相関	.524***	.665***		.443***	.622***
	p値	.000	.000		.000	.000
心理面の イメージ	Pearson 相関	.773***	.608***	.743***		.522***
	p値	.000	.000	.000		.000
旅行先の 選択決定	Pearson 相関	.033	.667***	.622***	.522***	
	p値	.295	.000	.000	.000	

注：***相関係数は0.1%水準で有意である。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

本研究ではピアソンの相関分析を用いて、「観光ライフスタイル」は、「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」との相関分析を行い、それから、「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」は「旅行先の選択決定（意思決定）」との相関分析を行った。分析結果をまとめたものが表 5-18 である。

その結果、表 5-18 にあるように、まず、日本人観光客の「観光ライフスタイル」と「ハート面のバリアフリーへのイメージ」、「ソフト面のバリアフリーへのイメージ」、「心理面のバリアフリーへのイメージ」の相関分析により、有意確率の P 値が 0.000 となり、ともに顕著な相関関係が見られ、それぞれ全て正の相関関係が見られた ($p < .001^{***}$)。すなわち、「観光ライフスタイル」と「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」($p < .001^{***}$)、「観光ライフスタイル」と「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」($p < .001^{***}$)、「観光ライフスタイル」と「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」($p < .001^{***}$) には全て正の相関関係が見られた ($p < .001^{***}$)。

それから、分析を通して、「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」と「旅行先の選択決定（意思決定）」の相関分析により、有意確率の P 値が 0.000 となり、ともに顕著な相関関係が見られ、それぞれ全て正の相関関係が見られた ($p < .001^{***}$)。すなわち、「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」と「旅行先の選択決定（意思決定）」($p < .001^{***}$)、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」と「旅行先の選択決定（意思決定）」($p < .001^{***}$)、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」と「旅行先の選択決定（意思決定）」($p < .001^{***}$) には全て正の相関関係が見られた ($p < .001^{***}$)。

上記の分析結果により、各項目の間に全て正の相関関係があるので、この結果を踏まえ、重回帰分析と回帰分析を利用して、本論文の仮説 3～8 を検証することに進めていく。

4、回帰分析の結果（仮説 3～8 の検証）

本論文は、仮説 3 から仮説 8 まで、6 つの仮説は全部回帰分析を行い、仮説を検証する。前述とおり、日本人観光客の観光ライフスタイルが、経済要因、主観要因、情報要因、客

観要因、意識要因の5つのグループに分けることができる。ここでは、本論文の仮説3、4、5を重回帰分析で検証する。つまり、分けられた5つの観光ライフスタイルがそれぞれ「ハード面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」への影響力を分析し、仮説を検証する。ここで、大雑把な分析を避け、より細かく分析するつもりで、仮説3,4,5をより細分化にする。下記表5-19のとおりである。

表 5-19 仮説の細分化

仮説3：観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 3-1 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 3-2 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 3-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 3-4 観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 3-5 観光ライフスタイルの意識要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説4：観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 4-1 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 4-2 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 4-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 4-4 観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ

に顕著な影響を与える。
仮説 4-5 観光ライフスタイルの意識要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 5: 観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 5-1 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 5-2 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 5-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 5-4 観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 5-5 観光ライフスタイルの意識要因は、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

ここからは、重回帰分析を使って、仮説 3, 4, 5 を検証する。本研究は研究仮説に基づき、重回帰分析を通して強制投入法で回帰方程式モデルを作りあげる。

(1) 日本人観光客の観光ライフスタイルが旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の分析（仮説 3 の検証）

観光ライフスタイルの経済要因、主観要因、情報要因、客観要因、意識要因を予測変数とし、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージを従属変数として回帰分析を行った。その結果を表にしたのが表 5-20 である。

表 5-20 日本人観光客の観光ライフスタイルが
旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに与える影響力分析表

仮説3		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
観光ライフスタイル	(定数)	2.964	.024		121.395	.000***
	経済要因	-.142	.024	-.174	-5.814	.000***
	主観要因	.019	.024	.023	.761	.447
	情報要因	.144	.024	.177	5.898	.000***
	客観要因	.111	.024	.136	4.533	.000***
	意識要因	-.014	.024	-.018	-.590	.555

注：a. 従属変数 旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ

***は $p<0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 5-20 にあるように、仮説 3 の観光ライフスタイルが旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の回帰分析により、観光ライフスタイルの 5 つの因子の全体的な結果は、5 つの要因の有意確率の P 値が 0.000 である為、有意差がある ($p<0.001$) と判断でき、観光ライフスタイルが旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが明らかにした。しかしながら、観光ライフスタイルの 5 つの因子それぞれ回帰分析した結果、観光ライフスタイルの経済要因、情報要因、客観要因の有意確率の P 値がそれぞれ 0.000 で、有意差がある ($p<0.001$) と判断でき、観光ライフスタイルの経済要因、情報要因、客観要因は旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが分かった。つまり、仮説 3-1、3-3、3-4 は成立することが明らかにした。主観要因と意識要因の分析結果は有意確率の P 値がそれぞれ 0.447 と 0.555 である為、 $P>0.001$ となって、有意差がないと判断でき、仮説 3-2、3-5 は不成立であることが分かった。

上記につき、これらの仮説 3 の検証結果を表にしたのが表 5-21 である。

表 5-21 仮説 3 の検証結果

仮説 3 : 観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	△
仮説 3-1 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 3-2 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	×	
仮説 3-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 3-4 観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 3-5 観光ライフスタイルの意識要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	×	

注：○は成立、×は不成立、△は部分成立。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

なお、仮説 3 につき、上の表 5-21 からわかるとおり、日本人観光客のデータの分析した結果、仮説 3 が部分成立することが明らかにした。

(2) 日本人観光客の観光ライフスタイルが旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の分析（仮説 4 の検証）

観光ライフスタイルの経済要因、主観要因、情報要因、客観要因、意識要因を予測変数とし、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージを従属変数として回帰分析を行った。その結果を表にしたのが表 5-22 である。

表 5-22 日本人観光客の観光ライフスタイルが
旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに与える影響力分析表

仮説4		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
観光ライフスタイル	(定数)	2.565	.024		105.149	.000***
	経済要因	-.173	.024	-.208	-5.814	.000***
	主観要因	.119	.024	.143	.761	.000***
	情報要因	.193	.024	.232	5.898	.000***
	客観要因	-.014	.024	-.017	4.533	.564
	意識要因	.045	.024	-.018	.054	.064

注：a. 従属変数 旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ

***は $p < 0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 5-22 にあるように、仮説 4 の観光ライフスタイルが旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の回帰分析により、観光ライフスタイルの 5 つの因子の全体的な結果は、5 つの要因の有意確率の P 値が 0.000 である為、有意差がある ($p < 0.001$) と判断でき、観光ライフスタイルが旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが明らかにした。しかしながら、観光ライフスタイルの 5 つの因子それぞれ回帰分析した結果、観光ライフスタイルの経済要因、主観要因、情報要因の有意確率の P 値がそれぞれ 0.000 で、有意差がある ($p < 0.001$) と判断でき、観光ライフスタイルの経済要因、主観要因、情報要因は旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが分かった。つまり、仮説 4-1、4-2、4-3 は成立することが明らかにした。客観要因と意識要因の分析結果は有意確率の P 値がそれぞれ 0.564 と 0.064 である為、 $P > 0.001$ となって、有意差がないと判断でき、仮説 4-4、4-5 は不成立であることが分かった。

上記につき、これらの仮説 4 の検証結果を表にしたのが表 5-23 である。

表 5-23 仮説 4 の検証結果

仮説 4: 観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	△
仮説 4-1 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 4-2 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 4-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 4-4 観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	×	
仮説 4-5 観光ライフスタイルの意識要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	×	

注：○は成立、×は不成立、△は部分成立。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

なお、仮説 4 につき、上の表 5-23 からわかるとおり、仮説 4 が部分成立することが明らかにした。

(3) 日本人観光客の観光ライフスタイルが旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の分析（仮説 5 の検証）

観光ライフスタイルの経済要因、主観要因、情報要因、客観要因、意識要因を予測変数とし、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージを従属変数として回帰分析を行った。その結果を表にしたのが表 5-24 である。

表 5-24 日本人観光客の観光ライフスタイルが
旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに与える影響力分析表

仮説5		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
観光ラ イフス タイル	(定数)	3.060	.026		117.386	.000***
	経済要因	-.061	.026	-.702	-2.339	.020
	主観要因	.072	.026	.085	2.779	.000***
	情報要因	.122	.026	.144	4.680	.000***
	客観要因	-.040	.026	-.047	-1.538	.124
	意識要因	.031	.026	-.037	-1.192	.233

注：a. 従属変数 旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ

***は $p < 0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 5-24 にあるように、仮説 5 の観光ライフスタイルが旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の回帰分析により、観光ライフスタイルの 5 つの因子の全体的な結果は、5 つの要因の有意確率の P 値が 0.000 である為、有意差がある ($p < 0.001$) と判断でき、観光ライフスタイルが旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが明らかにした。しかしながら、観光ライフスタイルの 5 つの因子それぞれ回帰分析した結果、観光ライフスタイルの主観要因、情報要因の有意確率の P 値がそれぞれ 0.000 で、有意差がある ($p < 0.001$) と判断でき、観光ライフスタイルの主観要因、情報要因は旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが分かった。つまり、仮説 5-2、5-3 は成立することが明らかにした。経済要因、客観要因、意識要因の分析結果は有意確率の P 値がそれぞれ 0.020、0.124、0.233 である為、 $P > 0.001$ となって、有意差がないと判断でき、仮説 5-1、5-4、5-5 は不成立であることが分かった。

上記につき、これらの仮説 4 の検証結果を表にしたのが表 5-25 である。

表 5-25 仮説 5 の検証結果

仮説 5 : 観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	△
仮説 5-1 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	×	
仮説 5-2 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 5-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 5-4 観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	×	
仮説 4-5 観光ライフスタイルの意識要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	×	

注：○は成立、×は不成立、△は部分成立。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

なお、仮説 5 につき、上の表 5-25 からわかるとおり、仮説 5 が部分成立することが明らかにした。

つぎに、下記の (4)、(5)、(6) で、回帰分析を使って、仮説 6、7、8 を検証する。

(4) 日本人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージが旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の分析（仮説 6 の検証）

日本人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージを予測変数とし、旅行先の選択決定（意思決定）を従属変数として回帰分析を行った。その結果を表にしたのが表 5-26 である。

表 5-26 日本人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージが
旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力分析表

係数 ^a						
仮説6		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
日本	(定数)	2.254	.103		21.906	.000***
人観 光客	旅行先ハード面のバリアフ リーへのイメージ	.298	.033	.267	8.891	.000***

注：a. 従属変数 旅行先の選択決定（意思決定）

***は $p < 0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 5-26 にあるように、仮説 6 の日本人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の回帰分析により、有意確率の P 値が 0.000 である為、有意差がある（ $p < 0.001$ ）と判断でき、日本人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を与えることが明らかになった。それによって、日本人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を与える。この結果から、仮説 6 は成立することが明らかになった。

(5) 日本人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージが旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の分析（仮説 7 の検証）

日本人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージを予測変数とし、旅行先の選択決定（意思決定）を従属変数として回帰分析を行った。その結果を表にしたのが表 5-27 である。

表 5-27 日本人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージが
旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力分析表

係数 ^a						
仮説7		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
日本	(定数)	2.516	.089		28.133	.000***
人観 光客	旅行先ソフト面のバリアフ リーへのイメージ	.242	.033	.222	7.286	.000***

注：a. 従属変数 旅行先の選択決定（意思決定）

***は $p < 0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 5-26 にあるように、仮説 7 の日本人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の回帰分析により、有意確率の P 値が 0.000 である為、有意差がある（ $p < 0.001$ ）と判断でき、日本人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を与えることが明らかになった。それによって、日本人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を与える。この結果から、仮説 7 は成立することが明らかになった。

(6) 日本人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージが旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の分析（仮説 8 の検証）

日本人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージを予測変数とし、旅行先の選択決定（意思決定）を従属変数として回帰分析を行った。その結果を表にしたのが表 5-28 である。

表 5-28 日本人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージが
旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力分析表

係数 ^a						
仮説8		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
日本	(定数)	1.431	.090		15.864	.000***
人観 光客	旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ	.557	.028	.522	19.607	.000***

注：a. 従属変数 旅行先の選択決定（意思決定）

***は $p < 0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 5-28 にあるように、仮説 8 の日本人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の回帰分析により、有意確率の P 値が 0.000 である為、有意差がある（ $p < 0.001$ ）と判断でき、日本人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を与えることが明らかになった。それによって、日本人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を与える。この結果から、仮説 8 は成立することが明らかになった。

上記の分析により、仮説 6、7、8 は成立することが判明した。

第6章 中国の統計分析の結果

中国では、北京、上海、長春、大連の各有名な観光地で、2018年11月1日から12月31日にかけて、4か所で中国人の観光客を対象にアンケート調査を実施した。各都市300部、全部で1200部を配布した。そして、北京は249部を回収して、有効回収部数は229部、有効回収率は76.33%であった。上海は257部を回収して、有効回収部数は244部、有効回収率は81.33%であった。長春は242部を回収して、有効回収部数は229部、有効回収率は76.33%であった。大連は288部を回収して、有効回収部数は278部、有効回収率は92.67%であった。中国で合計1036部を回収し、無効回答を除き、980部の有効回答票を得た。有効回収率は81.67%であった。中国人観光客のアンケートの配布状況と回収結果については下記表6-1の通りである。

表6-1 中国におけるアンケート調査の配布状況と回収結果

配布場所	配布数	回収数	有効回収数	有効回収率
北京	300	249	229	76.33%
上海	300	257	244	81.33%
長春	300	242	229	76.33%
大連	300	288	278	92.67%
合計	1200	1036	980	81.67%

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

記述統計と推論統計の結果は以下に述べる。

第1節 記述統計の結果

1. 信頼度分析

中国各地（北京、上海、長春、大連）のアンケート調査の信頼度につき、Cronbach's α 係数を用いて分析を行ったのが表6-2である。

表 6-2 中国での中国人観光客を対象としたアンケート調査の
5 大項目の題目と Cronbach' s α 係数

項目	質問番号	Cronbach' s α 係数
アンケート全体		0.864
1. 観光ライフスタイル	A1～A17	0.851
2. 旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ	B1～B5	0.866
3. 旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ	C1～C6	0.855
4. 旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ	D1～D6	0.834
5. 旅行先の選択決定	E1～E6	0.855

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 6-2 にあるように「観光ライフスタイル」や「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」等の 5 項目の Cronbach' s α 係数はそれぞれ 0.7 を超え、こちらは日本でのケースの表 4-7 で示したように、信頼度 Cronbach' s α 係数が $0.7 < \text{Cronbach' s } \alpha \leq 0.9$ は信頼度が中間とされることから、項目の信頼度は得られたと判断できる。

2. 中国の観光地 4 か所での観光客基本データの分析

アンケート調査をした中国各地の観光客全体の回答者の内訳は表 6-3 の通りであった。表 6-3 にあるように、男性が 589 名で全体の 60.1%で、30 代は 327 名で全体の 33.4%を占め、既婚者は 652 名の 66.5%であった。「学歴」は大学の回答者が 555 名で 56.6%であった。「職業」は会社員が最も多くの 718 名で全体の 73.3%であった。「年間収入」について 5～10 万円（日本円で 80 万円～160 万円）未満が一番多く、398 名で全体の 40.6%を占め。「世代人数」が 3 人の回答者は 485 人で、49.5%を占めた。

さらに、「障がいがあるかどうか」について、「障がいなし」と答えた回答者が 948 名で、全体の 96.7%を占め、「障がいがある」と答えた回答者は 32 名で、全体の 3.3%を占めた。なお、本論文では、「障がいがある」の回答者と「障がいなし」の回答者は、高齢者、妊婦などと同じように観光客として取り扱い、データーを分析する。「障がいがある」の回

答者については、そのデータは極めて少数であるが、日本のケースと同様に別途分析を行った。

表 6-3 中国でのアンケート調査による中国人観光客の基本データの分布表

基本資料		中国のサンプル	%
性別	男性	589	60.1%
	女性	391	39.9%
年齢	20代	33	3.4%
	30代	327	33.4%
	40代	295	30.1%
	50代	260	26.5%
	60代	65	6.6%
婚姻状況	未婚	328	33.5%
	既婚	652	66.5%
学歴	高校以下	65	6.6%
	短大・専門学校	130	13.3%
	大学	555	56.6%
	大学院以上	230	23.5%
職業	学生	66	6.7%
	会社員	718	73.3%
	自営業者	97	9.9%
	定年・退職者	99	10.1%
年間収入	5 万元未満	170	17.3%
	5～10 万元未満	398	40.6%
	10～20 万元未満	259	26.4%
	20～30 万元未満	82	8.4%
	30～50 万元未満	56	5.7%
	50 万元以上	15	1.5%

世代人数	1 人	131	13.4%
	2 人	210	21.4%
	3 人	485	49.5%
	4 人	93	9.5%
	5 人以上	61	6.2%
障がいかどうか	ある	32	3.3%
	なし	948	96.7%

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

3. 平均値分析

次に、中国の観光地4か所の観光客の「観光ライフスタイル」、「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」、「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」、「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」及び「旅行先選択決定」の5大項目につき、全体のアンケートの集計結果に基づいて平均値を示した平均値分析を行う。

まず、中国の観光地4か所での中国人観光客の「観光ライフスタイル」について、1～5の5段階評価を平均値で示したのが表6-4である。

表 6-4 中国人観光客の「観光ライフスタイル」の平均値と標準誤差一覧表

観光ライフスタイル (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	標準 誤差	順位
1. 私は旅行が好きである。	4.04	0.27	3
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	3.29	0.46	9
3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う。	3.68	0.48	7
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う。	3.12	0.40	10
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	1.99	0.39	16
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	2.09	0.45	15
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	3.82	0.48	6

8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	4.10	0.46	2
9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	2.73	0.42	11
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	2.10	0.38	14
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	3.40	0.41	8
12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	2.63	0.46	12
13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	4.86	0.28	1
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かないと思う。	2.20	0.38	13
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	1.90	0.37	17
16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	3.93	0.41	5
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	4.03	0.29	4
総平均値	3.27	0.39	—

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 6-4 にあるように、中国の観光地 4 か所での中国人観光客の観光ライフスタイルについて、観光客の回答の 5 段階評価の平均値が一番高い項目は「13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う」であり、その平均値が 4.86 であった。次に平均値が高いのは「8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う」で、平均値が 4.10 であった。三番目に高い平均値は「1. 私は旅行が好きである」で、平均値が 4.04 となった。

次に、これらの地域の観光客の「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」についての 5 段階評価による答えを平均値で示したのが表 6-5 である。

表 6-5 中国人観光客の「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」
の平均値と標準誤差一覧表

旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	標準 誤差	順位
1. ホテルのバリアフリー化は十分進んでいると思う。	3.36	0.29	1
2. レストランのバリアフリー化は十分進んでいると思う。	2.93	0.28	3

3. 交通機関のバリアフリー化は進んでいると思う。	2.93	0.28	3
4. 道路のバリアフリー化は進んでいると思う。	2.77	0.34	5
5. 観光スポットのバリアフリー化は進んでいると思う。	3.04	0.32	2
総平均値	3.17	0.30	－

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 6-5 にあるように、中国人観光客の「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」に対して、回答の 5 段階評価の平均値が一番高いのは「1. ホテルのバリアフリー化は十分進んでいると思う」であり、その平均値は 3.36 であった。二番目は「5. 観光スポットのバリアフリー化は進んでいると思う」で、平均値が 3.04 であった。全体的には、中国の観光都市で中国人観光客の「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」の 5 段階評価の平均値は 2.77～3.36 と低く、回答者が旅行先ハード面のバリアフリー状況に対してまだ不満があることを示している。

この結果を日本の場合と比較して見ると、日本の場合は表 5-5 にあるように、日本人観光客の「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」で一番高い評価は「1. ホテルのバリアフリー化は十分進んでいると思う」で、これは中国人の場合と同じであった。二番目に高い評価は「5. 観光スポットのバリアフリー化は進んでいると思う」に対し、日本人観光客は「2. レストランのバリアフリー化は十分進んでいると思う」と異なった。また、三番目に高い評価は中国人観光客の「2. レストランのバリアフリー化は十分進んでいると思う」と「3. 交通機関のバリアフリー化は進んでいると思う」は同じ平均値であった。日本の場合は「4. 道路のバリアフリー化は進んでいると思う」であった。

一方、中国人観光客の場合、は表 6-5 にあるように、「4. 道路のバリアフリー化は進んでいると思う」への評価が一番低かった。このことは中国の道路のバリアフリー化は遅れていることを中国人観光客の目を通して示唆しており、日本と比較すると違いが明らかになった。ちなみに、日本人観光客の「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」で一番低い観光客の評価は表 5-5 にあるように「5. 観光スポットのバリアフリー化は進んでいると思う」であった。

続いて、中国での中国人観光客の「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」の 5 段階評価の平均値と標準誤差を表 6-6 で示した。

表 6-6 中国人観光客の「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」
の平均値と標準誤差一覧表

旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	標準 誤差	順位
1. バリアフリー観光ルートは完備していると思う。	2.40	0.36	3
2. バリアフリー観光情報の提供は完備していると思う。	2.57	0.37	2
3. 多言語対応システムは完備していると思う。	2.53	0.33	5
4. 点字対応システムは完備していると思う。	2.17	0.37	4
5. バリアフリー制度が推進されていると思う（政府の重視）。	2.67	0.40	1
6. バリアフリーに対するフィードバックシステムが完備していると思う。	2.47	0.33	6
総平均値	2.47	0.36	—

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 6-6 にあるように、中国人観光客の「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」に対しての5段階評価平均値は2.17～2.67と全体的に低く、全体の平均値が2.47であった。その結果、アンケートの回答者はどの項目の状況に対しても、不満があるということが分かった。

この結果を日本の場合と比較して見ると、日本の場合は表 5-6 にあるように、「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」で一番高い評価は中国と同様に「5. バリアフリー制度が推進されていると思う（政府の重視）」であった。また、2 番目以降の順位は、日本と中国は同じであった。（表 5-6 と表 6-6 を参照）

次に、中国での中国人観光客の「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」の5段階評価の平均値と標準誤差示したのは表 6-7 であった。

表 6-7 中国人観光客の「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」
の平均値と標準誤差一覧表

旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	標準 誤差	順位
1. 従業員のバリアフリー（サービス）対応が適切だと思う。	3.43	0.42	1
2. 従業員の多言語対応が充分できると思う。	2.49	0.36	6
3. 介護・医療関連サービスの対応が充分だと思う。	2.67	0.35	5
4. 住民の態度が親切だと思う。	3.40	0.30	2
5. 観光客の態度が親切だと思う。	3.20	0.32	3
6. あらゆる年齢層への対応が充分だと思う。	3.10	0.32	4
総平均値	3.05	0.35	-

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 6-7 にあるように、中国人観光客の「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」に対する 5 段階評価への回答の平均値が一番高いのは「1. 従業員のバリアフリー（サービス）対応が適切だと思う」で、その平均値は 3.43 であった。二番目は「4. 住民の態度が親切だと思う」で、その平均値は 3.40 であった。三番目は「5. 観光客の態度が親切だと思う」で、平均値が 3.20 であった。旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに対して回答の平均値が 3.05 であるが、「介護・医療関連サービスの対応が充分だと思う」と「従業員の多言語対応が充分できると思う」は、平均値が 2.67 と 2.49 であり、これらは「いずれでもない」と「やや同意しない」の間の数値で、中国人観光客は比較的に不満があることが分かった。

この結果を日本の場合と比較して見ると、日本の場合も表 5-7 にあるように、日本人観光客の「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」で一番評価が高かったのが「1. 従業員のバリアフリー（サービス）対応が適切だと思う」で、二番目が「4. 住民の態度が親切だと思う」、それ以降の項目の評価も日本と中国で同じであった。すなわち、中国における中国人観光客の評価と日本における日本人観光客の「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」に関する評価は同じ順位であった。その点、日本と中国の観光客の「旅行先心理

面のバリアフリーへのイメージ」のそれぞれの内容について差がないことが判明した。(表 5-7 と表 6-7 を参照)

続いて、中国の観光都市での中国人観光客の「旅行先の選択決定（意思決定）」の5段階評価の平均値と標準誤差の一覧表を表 6-8 で示した。

表 6-8 中国人観光客の「旅行先の選択決定（意思決定）」の
平均値と標準誤差一覧表

旅行先の選択決定（意思決定） （同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1）	平均 値	標準 誤差	順位
1. 旅行先ハード面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く。	4.06	0.31	1
2. 旅行先ソフト面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く。	4.00	0.32	2
3. 旅行先心理面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く。	3.86	0.33	3
4. バリアフリー関連設備が充実された所を選んで旅行に行く。	3.43	0.36	4
5. バリアフリー人材教育が充分された所に旅行に行く。	3.23	0.32	5
6. 旅行会社のバリアフリースターを選んで、旅行に行く。	2.90	0.38	6
総平均値	3.58	0.34	-

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 6-8 にあるように、中国人観光客の「旅行先の選択決定（意思決定）」での5段階評価の平均値が一番高いのは「1. 旅行先ハード面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」で、平均値が 4.06 であった。二番目は「2. 旅行先ソフト面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」で、平均値が 4.00 であった。三番目は「3. 旅行先心理面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」で、平均値が 3.86 であった。これらの三つの項目の5段階評価の平均値が 3.86～4.06 と差が大きくなり、また、中国人観光客は旅行先ハード面、ソフト面、心理面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く事に同意していることの割合が多いことが判明した。逆に5段階評価の平均値が一番低いのは「6. 旅行会社のバリアフリースターを選んで、旅行に行く」で、平均値が 2.90 であった。このことは中国人観光客は旅行に行く際、旅行会社のバリアフリースターを選んで旅行に

行く割合は低く、あまり利用しないことが分かった。

この結果を日本の場合と比較して見ると、日本の場合は表 5-8 にあるように、日本における日本人観光客の「旅行先の選択決定（意思決定）」で、一番は「2. 旅行先ソフト面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」で、二番目は「1. 旅行先ハード面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」であった。その点、中国と日本では順位の 1 と 2 が異なっていたことが分かった。順位 1 位で日本人観光客と中国人観光客を比べると、日本での日本人観光客は中国での中国人観光客と比べて「旅行先のソフト面のバリアフリー化」に重点を置いているのに対し、中国での中国人観光客は「旅行先のハード面のバリアフリー化が進んでいなくても旅行に行く」とある。このことは日本の方がハード面のバリアフリー化が中国の観光地よりも進んでいて、日本人観光客の関心は旅行先のソフト面に重点を移っていることを示唆していると言える。

ちなみに、3 番目とそれ以降の評価の順位は表 5-8 と表 6-8 にあるように、日本と中国で同じであった。

第2節 推論統計とその結果

中国での 4 つの観光都市での中国人観光客に対し「観光ライフスタイル」、「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」、「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」、「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」及び「旅行先選択決定」の 5 大項目について、日本のデータの分析方法と同じように、一元配置分散分析、相関分析、線形回帰分析など分析方法を使い、統計ソフトの SPSS で推論統計の分析を行い、その対照表は表 6-9 で示した。その際、質問内容を質問番号として、A1～E6 で表した。

表 6-9 中国での中国人観光客を対象としたアンケート調査の 5 大項目の推論統計の対照表

調査票の設計	質問の内容	質問番号
基本データ	個人属性	—
第一部	観光ライフスタイル	A1—A17
第二部	旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ	B1—B5
第三部	旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ	C1—C6

第四部	旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ	D1-D6
第五部	旅行先の選択決定（意思決定）	E1-E6

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 6-10 に示したように、「観光ライフスタイル」の質問番号は A1-A17 で、「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」の質問番号は B1-B5 で、「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」の質問番号は C1-C6、「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」の質問番号は D1-D6、「旅行先の選択決定（意思決定）」の質問番号は E1-E6 で表示している。

1. 一元配置分散分析の結果（仮説 1 の検証）

一元配置分散分析の目的は、2 個以上のサンプルの平均値の差異から検定を行うことで、一方独立サンプル T 検定は 2 つのサンプル間の平均の差を検定することである。

中国での中国人観光客の個人属性（性別、年齢、婚姻状況、学歴、職業、月額収入、世代人数、障がいがあるかどうか）によって、観光ライフスタイルには差異があるかどうかを分析の結果、「性別」、「婚姻状況」、「障がいがあるかどうか」に対して観光ライフスタイルは有意差が見られ、その他の項目には有意差はなかったことが分かった。

一元配置分散分析による、「性別」、「婚姻状況」、「障がいがあるかどうか」に対して観光ライフスタイルは有意差があるかどうかの分析結果は下記のとおりである。

(1) 中国人観光客の個人の属性（性別）による観光客の観光ライフスタイルの分析の結果を示したのが表 6-10 である。男性を 1、女性を 2 とする。

表 6-10 個人属性（性別）対観光ライフスタイルの一元配置分散分析（t 検定）表

観光ライフスタイル (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均 値	t 値	有意確率 p 値
1. 私は旅行が好きである。	4.04	6.87	0.548
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	3.29	5.19	0.325

3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う。	3. 68	6. 78	0. 374
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくない。	3. 12	3. 11	0. 152
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	1. 99	4. 65	0. 145
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	2. 09	2. 39	0. 391
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	3. 82	6. 47	0. 646
8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	4. 10	5. 22	0. 023* 1>2
9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	2. 73	10. 93	0. 924
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	2. 10	18. 24	0. 214
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	3. 40	9. 88	0. 017* 1<2
12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	2. 63	9. 42	0. 346
13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	4. 86	6. 71	0. 161
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かない。	2. 20	3. 99	0. 526
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	1. 90	5. 84	0. 067
16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	3. 93	21. 36	0. 221
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	4. 03	18. 13	0. 229

注：(*)は $p<0.05$ 有意差がある）

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 6-10 にあるように、中国人観光客の個人属性（性別）対中国人観光客の観光ライフスタイルは「8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う」の有意確率の P 値が 0. 023 で、 $p<0.05$ に当てはまり、有意差があることが判明した。クロス分析によると、中国の男性観光客のこの項目の 5 段階評価の平均値は 4. 60 であったのに対し、女性は 3. 60 であった。このことは中国人男性観光客は観光客が多いときに女性より旅行に行かないということが判明した。日本人観光客の場合と比較では、表 5-10 にあるように、日本人観光客によるこの項目の有意確率の P 値が 0. 239 で有意差がない為、比較できないことが分かった。結果として、中国人観光客は観光客が多い時に、女性よりも旅行に行かないことが判明した。

また、表 6-10 にあるように、中国人観光客回答者の個人属性（性別）対観光ライフスタイル「11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」も有意確率の P 値が 0.017 で、 $p < 0.05$ に当てはまり、有意差があることが判明した。クロス分析によると、中国人男性観光客の 5 段階評価の平均値は 2.74 であったのに対し、中国人女性観光客の平均値が 4.06 であった。従って、中国人女性観光客は旅行費用が高い時に、男性よりも旅行を差控えるということが判明した。

(2) 中国人観光客の個人の属性（婚姻状況）による観光客の観光ライフスタイルの分析の結果を示したのが表 6-11 である。未婚を 1、既婚を 2 とする

表 6-11 個人属性（婚姻状況）対観光ライフスタイルの一元配置分散分析（t 検定）表

観光ライフスタイル (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、やや同意しない=2、同意しない=1)	平均値	t 値	有意確率 p 値
1. 私は旅行が好きである。	4.49	2.54	0.278
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	3.68	7.65	0.001* 1>2
3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうが良いと思う。	4.25	3.67	0.407
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う。	3.11	5.62	0.499
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	3.33	6.25	0.227
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	3.26	2.84	0.648
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	3.66	5.34	0.000* 1<2
8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	3.13	6.22	0.813
9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	3.78	5.62	0.318
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	3.22	9.43	0.349
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	3.87	8.21	0.249

12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	4.11	8.87	0.159
13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	3.18	6.41	0.357
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かない。	3.59	9.26	0.619
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	3.22	14.14	0.401
16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	4.67	15.68	0.397
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	4.37	18.37	0.439

注：(*)は $p < 0.05$ 有意差がある)

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

中国人観光客の個人属性（婚姻状況）による観光客の観光ライフスタイルの分析結果は表 6-11 にあるように、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」の有意確率の P 値が 0.001 となっており、 $P < 0.05$ の為、有意差があるとなった。クロス分析によると、中国人未婚観光客の 5 段階評価の平均値が 4.18 であったのに対し、中国人既婚観光客の平均値は 3.18 であった。これにより、中国人未婚観光客のは中国人既婚観光客より一人旅行が不安な時は旅行に行かないことが分かった。

この中国人観光客のケースを日本人観光客のケースと比較して見ると、日本人未婚観光客は表 5-12 の分析結果により、中国人未婚観光客と同じように、一人旅行に不安がある時は既婚観光客より旅行に行かないことが分かった。

同じく表 6-11 では、「7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」についても有意確率の P 値が 0.000 となっており、 $P < 0.05$ の為、有意差があるとなった。クロス分析によると、中国人未婚観光客のこの項目の平均値は 3.27 のに対し、既婚観光客の平均値は 4.05 であった。このことは中国人既婚の方が未婚より、旅行に行く際に、同伴者がいたほうが良いということが分かった。

この結果を日本人観光客のケースの表 5-12 の分析結果に比較すると、日本人観光客の場合は中国人観光客と違って、日本人未婚観光客の方が既婚観光客よりも旅行に行く時に同伴者が必要と思っていることが示され、日本人観光客と中国人観光客の婚姻状況による旅行行動に違いが見られた。

(3) 中国人観光客の個人属性（障がいがあるかどうか）による観光客の観光ライフスタイルの分析の結果を示したのが表 6-12 である。

表 6-12 個人属性（障がいがあるかどうか）対観光ライフスタイルの
一元配置分散分析（t 検定）表

観光ライフスタイル (同意する=5、やや同意する=4、いずれでもない=3、や や同意しない=2、同意しない=1)	平均値	t 値	有意確率 p 値
1. 私は旅行が好きである。	4.49	5.47	0.278
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	3.68	6.58	0.000*
3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う。	4.25	7.84	0.498
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくない と思う。	3.11	5.68	0.000*
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	3.33	1.99	0.000*
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	3.26	6.54	0.000*
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	3.66	13.01	0.000*
8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	3.13	5.65	0.000*
9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	3.78	5.87	0.000*
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	3.22	5.99	0.000*
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	3.87	2.16	0.000*
12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	4.11	11.98	0.199
13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	3.18	5.47	0.596
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かない。	3.59	6.56	0.097
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	3.22	5.26	0.958
16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	4.67	8.49	0.487
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	4.37	5.21	0.339

注：(*)は $p < 0.05$ 有意差がある）

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 6-13 にあるように、中国人観光客の個人属性（障がいがあるかどうか）による中国人観光客の観光ライフスタイルは、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「4.

過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う」、「5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う」、「6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う」、「7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」、「8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う」、「9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う」、「10. 家族にご迷惑をかけると思う、旅行に行かないと思う」、「11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」の9問はいずれも有意確率のP値が0.000で、 $p < 0.05$ であり、有意差があった。すなわち、これらをまとめると、中国における障がいのある観光客は、主観要因、客観要因、経済要因などの様々な影響によって、旅行に行かないことが多いことが判明した。クロス分析によると、障がいのある観光客の回答の平均値は4.88とは比較的に高いが、障がいのない観光客の回答の平均値が3.00以上となっていて、高い場合が少なくない。すなわち、中国における観光地のバリアフリー化は中国人障がい者と障がい者でない観光客のすべての観光客にとって必要不可欠なものであることが分かった。

一元配置分散分析により、性別、婚姻状況、障がいがあるかどうかに対して観光ライフスタイルは表6-11～6-13の示す通り、有意差があることが分かった。つまり、個人属性（性別、婚姻状況、障がいがあるかどうか）によって観光ライフスタイルが異なる。その他の5項目（年齢、学歴、職業、月額収入、世代人数）については、個人属性による顕著の差異がないことが分かった。

以上の分析により、中国人観光客の個人属性（性別、婚姻状況、障がいがあるかどうか）による観光ライフスタイルの分析は表6-10～6-12にあるように、表6-10の個人属性（性別）対観光ライフスタイルの分析では、「8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う」「11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」、表6-11の個人属性（婚姻状況）対観光ライフスタイルの分析では、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」「7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」、表6-12の個人属性（障がいがあるかどうか）対観光ライフスタイルの分析では、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う」、「5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う」、「6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う」、「7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」、「8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う」、「9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う」、「10. 家族にご迷惑をかけると思う、旅行に行かないと思う」、「11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」の有意確率のP値が $P < 0.05$ である

為、有意差があることが分かった。つまり、個人属性（性別、婚姻状況、障がいがあるかどうか）によってライフスタイルが異なる。その他の5つの項目が個人属性による顕著の差異がないことが分かった。

上記の分析した通り、本論文の「仮説1：個人属性によってライフスタイルが異なる。」が中国人観光客のデータ分析により、部分的に成立することが分かった。

2. 因子分析の結果（仮説2の検証）

まず、仮説2を検証する為、サンプル抽出が適切であるか見定めるため、因子の回転方法においてはバリマックス直行回転で分析した。中国のサンプルの中で共通度が低い項目（ <0.4 ）は、「1. 私は旅行が好きである」「16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う」「17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う」であった。中国のサンプルの中で上記の3つの共通度が低い項目（ <0.4 ）を除き、固有値が1を超える共通因子を残し、残りの14個の変数について最尤法で因子抽出を行った。因子の回転方法においてはバリマックス直行回転で分析した。その結果、表6-13にあるように、KM0値が0.712であったので、因子分析を適用し、サンプル抽出が適切であることが分かった。

また、中国のサンプルは、表6-13にあるように、バートレットの球面性検定の近似カイ2乗（X2）値が10353.792であり、有意確率が0.000（P値 <0.05 で有意を表す）であったので、中国人観光客のデータが正規分布で、因子分析に適した数値が出ている。

そして、因子分析でバリマックス法直行回転の後、表6-14にあるように4つの因子を抽出でき、表6-15にあるように累積寄与率が75.503%に達した。

表6-13中国人観光客の観光ライフスタイルのKM0値検定

KM0 および Bartlett の検定		
Kaiser-Meyer-Olkin の標本妥当性の測度		.712
Bartlett の球面性検定	近似カイ2乗	10353.792
	自由度	91
	有意確率	.000

注：（*は $p<0.05$ 有意差がある）

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表6-14 中国人観光客の観光ライフスタイルの因子分析表

回転後の成分行列 ^a				
	成分			
	1	2	3	4
a3体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う。	.827	-.153	.212	.076
a2一人旅行が不安と感ずる為、旅行に行かないと思う。	.816	.209	.225	.270
a6旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	.747	.260	.066	.184
a5旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	.621	.107	.419	.353
a10家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	.552	.464	.280	.218
a9経済力がない為、旅行に行かないと思う。	.338	.846	.073	-.086
a11旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	.175	.804	.343	-.038
a12旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	-.149	.803	.013	.163
a14旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かない。	.128	.085	.885	.257
a8観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	.359	.093	.839	.047
a15どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	.158	.423	.663	.157
a4過去に不愉快な旅行経験がある為旅行に行きたくない。	.446	.004	.059	.781
a7旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	.041	-.074	.376	.729
a13旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	.405	.402	.067	.655

注：因子抽出法：主成分分析

回転法：Kaiser の正規化を伴うバリマックス法

a. 6 回の反復で回転が収束しました。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表6-15 因子分析の因子累積寄与率表

説明された分散の合計									
成分	初期の固有値			抽出後の負荷量平方和			回転後の負荷量平方和		
	合計	分散率	累積率	合計	分散率	累積率	合計	分散率	累積率
1	6.121	43.723	43.723	6.121	43.723	43.723	3.302	23.584	23.584

2	2.023	14.447	58.170	2.023	14.447	58.170	2.730	19.500	43.084
3	1.381	9.863	68.033	1.381	9.863	68.033	2.554	18.246	61.330
4	1.046	7.470	75.503	1.046	7.470	75.503	1.984	14.173	75.503
5	.678	4.841	80.343						
6	.657	4.693	85.037						
7	.562	4.016	89.053						
8	.414	2.954	92.007						
9	.364	2.602	94.609						
10	.290	2.074	96.683						
11	.183	1.305	97.988						
12	.131	.935	98.923						
13	.099	.706	99.629						
14	.052	.371	100.000						
因子抽出法：主成分分析									

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表6-14にあるように、因子分析の結果により、中国における中国人観光客の観光ライフスタイルの因子分析の結果、「主観要因」「経済要因」、「情報要因」、「客観要因」の4つの因子が抽出され、先行研究を参考にし、因子分析の結果に基づき、具体的に下記のように解釈できた。

因子1：主観要因

この因子には5つの項目が含まれ、分散寄与率は43.723%である。因子の負荷量は0.552～0.827の間であった。因子負荷量の大きさ順に並べると、「3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う」、「2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う」、「5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う」、「10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う」となる。これらは観光客の主観的な考えが旅行に行くか行かないかを定めるグループである。一人旅、自分の体の具合、旅行中に他人に迷惑をかけるか、などを考えて旅行に行けない人である。この因

子を「主観」と命名した。

因子2：経済要因

この因子には3つの項目が含まれ、分散寄与率は14.447%である。因子の負荷量は0.803～0.846の間であった。因子負荷量の大きさ順に並べると、「9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う」、「11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」、「12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う」である。経済状況や、旅行費用、仕事の空き状況などを考えるグループである。この因子を「経済要因」と命名した。

因子3：情報要因

この因子には3つの項目が含まれ、分散寄与率は9.863%である。因子の負荷量は0.663～0.885の間であった。因子負荷量の大きさ順に並べると、「14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かない」、「8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う」、「15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う」である。旅行先の情報入手、観光客が多いかどうか、行きたい目的地のあるかどうかなどを考えるグループである。この因子を「情報要因」と命名した。

因子4：客観要因

この因子には3つの項目が含まれ、分散寄与率は7.470%である。因子の負荷量は0.655～0.781の間であった。因子負荷量の大きさ順に並べると、「4. 過去に不愉快な旅行経験がある為旅行に行きたくない」、「7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」、「13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う」である。過去の不愉快の経験、一緒に行く同伴者のいるかどうか、観光地の物価などの客観的なことを考えるグループである。この因子を「客観要因」と命名した。

因子分析により、中国人観光客の観光ライフスタイルが、主観要因、経済要因、情報要因、客観要因などの4つのグループに分けることができた。それらをそれぞれ命名した因子ごとに寄与度をパーセントで表示したのは表6-16である。

表 6-16 中国人観光客の観光ライフスタイルの因子の命名と寄与度

	因子 1	因子 2	因子 3	因子 4
命名	主観要因	経済要因	情報要因	客観要因
寄与度	43.723%	14.447%	9.863%	7.470%

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

上記の分析により、中国における中国人観光客の観光ライフスタイルは「主観要因」「経済要因」、「情報要因」、「客観要因」の4つのグループに分けることができ、本研究の仮説2「観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる」が中国人観光客のデータ分析により、成立することが明らかになった。

3. 相関分析の結果

本論文の相関分析の目的は、「観光ライフスタイル」は「ハード面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」との間の関係を理解することにある。それから、ハード面のバリアフリーへの観光イメージ、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」は「旅行先の選択決定（意思決定）」との間の関係を理解することにある。相関関係の分析の結果は表 6-17 のとおりである。

表 6-17 本論文の5大項目の相関係数分布

相関係数						
中国人観光客		観光ライフスタイル	ハード面のイメージ	ソフト面のイメージ	心理面のイメージ	旅行先の選択決定
観光ライフスタイル	Pearson 相関		.119***	.207***	.342***	-.038
	p値		.000	.000	.000	.237
ハード面のイメージ	Pearson 相関	.119***		.599**	.358***	.261***
	p値	.000		.000	.000	.000
ソフト面のイメージ	Pearson 相関	.207***	.599***		.660***	.266***
	p値	.000	.000		.000	.000
心理面のイメージ	Pearson 相関	.342**	.358***	.660***		.335***
	p値	.000	.000	.000		.000
旅行先の	Pearson 相関	-.038	.261***	.266***	.335***	

選択決定	p値	.237	.000	.000	.000	
------	----	------	------	------	------	--

注：***相関係数は0.1%水準で有意である。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

本研究ではピアソンの相関分析を用いて、「観光ライフスタイル」は、「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」との相関分析を行い、それから、「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」は「旅行先の選択決定（意思決定）」との相関分析を行った。分析結果をまとめたものが表6-18である。

その結果6-17にあるように、中国人観光客「観光ライフスタイル」は「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」との相関分析により、有意確率のP値が0.000となり、ともに顕著な相関関係が見られ、それぞれ全て正の相関関係が見られた ($p < .001^{***}$)。つまり、「観光ライフスタイル」と「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」($p < .001^{***}$)、「観光ライフスタイル」と「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」($p < .001^{***}$)、「観光ライフスタイル」と「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」($p < .001^{***}$)には全て正の相関関係が見られた ($p < .001^{***}$)。

それから、分析を通して、「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」は「旅行先の選択決定（意思決定）」との相関分析により、有意確率のP値が0.000となり、ともに顕著な相関関係が見られ、それぞれ全て正の相関関係が見られた ($p < .001^{***}$)。すなわち、「ハート面のバリアフリーへの観光イメージ」と「旅行先の選択決定（意思決定）」($p < .001^{***}$)、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」と「旅行先の選択決定（意思決定）」($p < .001^{***}$)、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」と「旅行先の選択決定（意思決定）」($p < .001^{***}$)には全て正の相関関係が見られた ($p < .001^{***}$)。

上記の分析結果により、各項目の間に全て正の相関関係があるので、この結果を踏まえ、重回帰分析と回帰分析を利用して、本論文の仮説3～8を検証することを進めていく。

4. 回帰分析の結果（仮説3～8の検証）

本論文は、仮説3から仮説8まで、6つの仮説は全部回帰分析を行い、仮説を検証する。

前述のとおり、中国人観光客の観光ライフスタイルが、主観要因、経済要因、情報要因、客観要因の4つのグループに分けることができる。ここでは、本論文の仮説3、4、5を重回帰分析で検証する。つまり、分けられた4つの観光ライフスタイル因子がそれぞれ「ハード面のバリアフリーへの観光イメージ」、「ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ」、「心理面のバリアフリーへの観光イメージ」への影響力を分析し、仮説を検証する。ここで、大雑把な分析を避け、より細かく分析するつもりで、仮説3, 4, 5をより細分化にする。下記表6-18のとおりである。

表6-18 仮説の細分化

仮説3：観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説3-1 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説3-2 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説3-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説3-4 観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説4：観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説4-1 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説4-2 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説4-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ

に顕著な影響を与える。	
仮説 4-4	観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 5：観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	
仮説 5-1	観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 5-2	観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 5-3	観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。
仮説 5-4	観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

ここからは、重回帰分析を使って、仮説 3, 4, 5 を検証する。本研究は研究仮説に基づき、重回帰分析を通して強制投入法で回帰方程式モデルを作りあげる。

(1) 中国人観光客の観光ライフスタイルが旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の分析（仮説 3 の検証）

観光ライフスタイルの経済要因、主観要因、情報要因、客観要因、意識要因を予測変数とし、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージを従属変数として回帰分析を行った。その結果を表にしたのが表 6-19 である。

表 6-19 日本人観光客の観光ライフスタイルが旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに与える影響力分析表

仮説3		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
観光ラ	(定数)	3. 040	. 017		177. 289	. 000***
イフス	主観要因	-. 197	. 017	-. 256	-11. 461	. 000***

タイル	経済要因	-.158	.017	-.206	-9.214	.000***
	情報要因	.374	.017	.487	21.784	.000***
	客観要因	.315	.017	.410	18.338	.000***

注：a. 従属変数 ハート面のバリアフリーへの観光イメージ

***は $p<0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 6-19 にあるように、仮説 3 の観光ライフスタイルが旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の回帰分析により、観光ライフスタイルの 4 つの因子の全体的な結果は、5 つの要因の有意確率の P 値が 0.000 である為、有意差がある ($p<0.001$) と判断でき、観光ライフスタイルが旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが明らかにした。しかしながら、観光ライフスタイルの 4 つの因子それぞれ回帰分析した結果、主観要因、経済要因、情報要因、客観要因の 4 つの因子は有意確率の P 値がそれぞれ 0.000 で、有意差がある ($p<0.001$) と判断でき、観光ライフスタイルの主観要因、経済要因、情報要因、客観要因は旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが分かった。つまり、仮説 3-1、3-2、3-3、3-4 は成立することが明らかになった。

上記につき、これらの仮説 3 の検証結果を表にしたのが表 6-20 である。

表 6-20 仮説 3 の検証結果

仮説 3：観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	○
仮説 3-1 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 3-2 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 3-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説 3-4 観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	

注：○は成立、×は不成立、△は部分成立。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

なお、仮説3につき、上の表6-20からわかるとおり、中国人観光客のデータの分析結果により、仮説3が成立することが明らかにした。

(2) 中国人観光客の観光ライフスタイルが旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の分析（仮説4の検証）

観光ライフスタイルの経済要因、主観要因、情報要因、客観要因を予測変数とし、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージを従属変数として回帰分析を行った。その結果を表にしたのが表6-21である。

表6-21 中国人観光客の観光ライフスタイルが

旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに与える影響力分析表

仮説4		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
観光ライフスタイル	(定数)	2.481	.024		102.860	.000***
	主観要因	.050	.024	.056	2.055	.060
	経済要因	-.199	.024	-.225	-8.235	.000***
	情報要因	.379	.024	.428	15.689	.000***
	客観要因	.169	.024	.191	6.990	.000***

注：a. 従属変数 ソフト面のバリアフリーへの観光イメージ

***は $p < 0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表6-21にあるように、仮説4の観光ライフスタイルが旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の回帰分析により、観光ライフスタイルの4つの因子の全体的な結果は、4つの要因の有意確率のP値が0.000である為、有意差がある($p < 0.001$)と判断でき、観光ライフスタイルが旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが明らかにした。しかしながら、観光ライフスタイルの4つの因子それ

ぞれ回帰分析した結果、観光ライフスタイルの経済要因、情報要因、客観要因の有意確率のP値がそれぞれ0.000で、有意差がある($p < 0.001$)と判断でき、観光ライフスタイルの経済要因、情報要因、客観要因は旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが分かった。つまり、仮説4-2、4-3、4-4は成立することが明らかになった。主観要因の分析結果は有意確率のP値がそれぞれ0.060である為、 $P > 0.001$ となって、有意差がないと判断でき、仮説4-1は不成立であることが分かった。

上記につき、これらの仮説4の検証結果を表にしたのが表6-22である。

表6-22 仮説4の検証結果

仮説4: 観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	△
仮説4-1 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	×	
仮説4-2 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説4-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	
仮説4-4 観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○	

注：○は成立、×は不成立、△は部分成立。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

なお、仮説4につき、上の表6-22からわかるとおり、中国人観光客のデータの分析結果により、仮説4が部分成立することが明らかにした。

(3) 中国人観光客の観光ライフスタイルが旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の分析（仮説5の検証）

観光ライフスタイルの経済要因、主観要因、情報要因、客観要因、意識要因を予測変数とし、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージを従属変数として回帰分析を行った。そ

の結果を表にしたのが表 6-23 である。

表 6-23 中国人観光客の観光ライフスタイルが
旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに与える影響力分析表

モデル		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
観光ライフスタイル	(定数)	3.075	.023		132.311	.000***
	主観要因	.0115	.023	.145	4.941	.000***
	経済要因	-.011	.023	-.013	-.454	.650
	情報要因	.269	.023	.338	11.548	.000***
	客観要因	.132	.023	.166	5.673	.000***

注：a. 従属変数 心理面のバリアフリーへの観光イメージ

***は $p < 0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 6-23 にあるように、仮説 5 の観光ライフスタイルが旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに与える影響力の回帰分析により、観光ライフスタイルの 5 つの因子の全体的な結果は、4 つの要因の有意確率の P 値が 0.000 である為、有意差がある ($p < 0.001$) と判断でき、観光ライフスタイルが旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが明らかにした。しかしながら、観光ライフスタイルの 4 つの因子それぞれ回帰分析した結果、観光ライフスタイルの主観要因、情報要因、客観要因の有意確率の P 値がそれぞれ 0.000 で、有意差がある ($p < 0.001$) と判断でき、観光ライフスタイルの主観要因、情報要因、客観要因旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが分かった。つまり、仮説 5-1、5-3、5-4 は成立することが明らかにした。経済要因の分析結果は有意確率の P 値が 0.650 である為、 $P > 0.001$ となって、有意差がないと判断でき、仮説 5-2 は不成立であることが分かった。

上記につき、これらの仮説 5 の検証結果を表にしたのが表 6-24 である。

表 6-24 仮説 5 の検証結果

仮説 5: 観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。	○	△
仮説 5-1 観光ライフスタイルの経済要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。	○	
仮説 5-2 観光ライフスタイルの主観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。	×	
仮説 5-3 観光ライフスタイルの情報要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。	○	
仮説 5-4 観光ライフスタイルの客観要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。	○	
仮説 4-5 観光ライフスタイルの意識要因は、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。	○	

注：○は成立、×は不成立、△は部分成立。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

なお、仮説 5 につき、上の表 6-24 からわかるとおり、仮説 5 が部分成立することが明らかにした。

つぎに、下記の(4)、(5)、(6)で、回帰分析を使って、仮説6、7、8を検証する。

(4) 中国人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージが旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の分析（仮説6の検証）

中国人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージを予測変数とし、旅行先の選択決定（意思決定）を従属変数として回帰分析を行った。その結果を表にしたのが表6-25である。

表6-25 中国人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージが
旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力分析表

係数 ^a						
仮説6		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
中国	(定数)	3.708	.110		33.654	.000***
人観 光客	旅行先ハード面のバリアフ リーへのイメージ	-.042	.035	-.038	-0.084	-.237

注：a. 従属変数 旅行先の選択決定（意思決定）

***は $p < 0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表6-25にあるように、仮説6の中国人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の回帰分析により、有意確率のP値が-0.237である為、負の確率変数となって、有意確率のP値が、 $p < 0.001$ ではないことにより、有意差がなかった。すなわち、中国人観光客の旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を与えないこととなり、それによって、仮説6は不成立することが明らかになった。

その点、日本での日本人観光客を対象とした仮説6の検証では、表5-26にあるように、仮説6は成立したのに対し、中国人観光客の場合に、仮説6は不成立となった。

(5) 中国人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージが旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の分析（仮説7の検証）

中国人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージを予測変数とし、旅行先の選択決定（意思決定）を従属変数として回帰分析を行った。その結果を表にしたのが表6-26である。

表6-26 中国人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージが旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力分析表

係数 ^a						
仮説7		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
中国	(定数)	3.665	.080		45.613	.000***
人観 光客	旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ	-.034	.031	-.036	-1.114	.266

注：a. 従属変数 旅行先の選択決定（意思決定）

***は $p < 0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表6-26にあるように、仮説6の中国人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の回帰分析により、有意確率のP値が0.268である為、負の確率変数となって、有意確率のP値が、 $p < 0.001$ ではないことにより、有意差がなかった。すなわち、中国人観光客の旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を与えないこととなり、それによって、仮説7は不成立することが明らかになった。

その点、日本での日本人観光客を対象とした仮説7の検証では、表5-27にあるように、仮説6は成立したのに対し、中国人観光客の場合に、仮説7は不成立となった。

(6) 中国人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージが旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の分析（仮説8の検証）

表 6-27 中国人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージが
旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力分析表

係数 ^a						
仮説8		標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
		B	標準誤差	ベータ		
中国	(定数)	2.485	.102		24.425	.000***
人観 光客	旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ	.356	.032	.335	11.122	.000***

注：a. 従属変数 旅行先の選択決定（意思決定）

***は $p < 0.001$ で有意差がある。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

その結果、表 6-27 にあるように、仮説 8 の中国人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に与える影響力の回帰分析により、有意確率の P 値が 0.000 である為、有意差がある（ $p < 0.001$ ）と判断でき、中国人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を与えることが明らかになった。それによって、中国人観光客の旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を与える。この結果から、仮説 8 は成立することが明らかになった。

上記につき、中国人観光客の回答により、仮説 6 と仮説 7 は不成立であり、仮説 8 は成立することが明らかにした。

第7章 仮説検証の結果と考察

本論文では、前述のとおり、日本の観光都市での日本人観光客と中国の観光都市での中国人観光客を対象としたそれぞれの国でのバリアフリー化へのイメージにつき、モデルをもとに仮説を設定した。仮説を検証するために日本と中国の観光都市でアンケートを実施し仮説の検証を行った。その結果、日本の観光都市での日本人観光客と中国の観光都市での中国人観光客のバリアフリー化へのイメージには共通点と相違点が明らかになった。第5章は日本における日本人観光消費者の回答データを SPSS で分析を行った。第6章は中国における中国人観光客の回答を SPSS で分析を行った。それぞれ分析した結果は多少相違点があるため、本論文の仮説も国によって、成立状況が異なることが分かった。本章では、両国の分析データの結果を比べ、その相違点の原因を分析する。

第1節 日本人観光客のバリアフリー化へのイメージについての仮説検証の結果

第5章では、日本における日本人観光消費者の回答データを SPSS で分析を行って、仮説1～8を検証した結果を表にしたのが表7-1である。

表7-1 日本での日本人観光客の回答による仮説の検証結果

仮説番号	仮説の内容	検証結果
仮説1	個人属性によってライフスタイルが異なる。	△
仮説2	観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる。	○
仮説3	観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	△
仮説4	観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	△
仮説5	観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	△

仮説 6	旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	○
仮説 7	旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	○
仮説 8	旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	○

注：○は「裏づけられた」、△は「部分的裏付け」、×は「裏づけられなかった」。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 7-1 にあるように、日本での日本人観光客のデータにより、「仮説 2 観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる」、「仮説 6 旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える」、「仮説 7 旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える」、「仮説 8 旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える」が成立することが分かった。

一方、「仮説 1 個人属性によってライフスタイルが異なる」、「仮説 3 観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える」、「仮説 4 観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える」、「仮説 5 観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える」が部分的に成立することが分かった。

「仮説 1 個人属性によってライフスタイルが異なる」については、表 5-10 から表 5-13 で示したように、日本人観光客の個人属性（性別、年齢、婚姻状況、障がいがあるかどうか）によってライフスタイルが異なる。その他の個人属性（年齢、学歴、職業、月額収入、世帯人数）によってライフスタイルは顕著の差異がないことが分かった。その結果、「仮説 1 個人属性によってライフスタイルが異なる」は部分的に成立となった。

また、「仮説 3 観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える」については、表 5-20 にあるように、日本人観光客の観光ライフスタイルの経済要因、情報要因、客観要因は、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが判明し、仮説は支持されたが、日本人観光客の観光ライフスタイルの主観要因と意識要因についての仮説は支持されず、「仮説 3 観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える」は部分的に成立とな

った。

「仮説4 観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える」については、表5-22にあるように、日本人観光客の観光ライフスタイルの経済要因、主観要因、情報要因は旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが判明し、仮説は支持されたが、日本人観光客の観光ライフスタイルの客観要因と意識要因についての仮説は支持されず、「仮説4 観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える」は部分的に成立となった。

「仮説5 観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える」の部分的成立については表5-24にあるように、日本人観光客の観光ライフスタイルの主観要因、情報要因は旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与えることが判明し、仮説は支持されたが、日本人観光客の観光ライフスタイルの経済要因、客観要因、意識要因についての仮説は支持されず、「仮説5 観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える」は部分的に成立となった。

第2節 中国人観光客のバリアフリー化へのイメージについての仮説検証の結果

第6章では、日本における日本人観光消費者の回答データをSPSSで分析を行って、仮説1～8を検証した結果を表にしたのが表7-2である。

表7-2 中国での中国人観光客の回答による仮説の検証結果

仮説番号	仮説の内容	検証結果
仮説1	個人属性によってライフスタイルが異なる。	△
仮説2	観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる。	○
仮説3	観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	○
仮説4	観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	△
仮説5	観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ	△

	に顕著な影響を与える。	
仮説6	旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	×
仮説7	旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	×
仮説8	旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	○

注：○は「裏づけられた」、△は「部分的裏付け」、×は「裏づけられなかった」。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

表 7-2 にあるように、仮説が成立したのは「仮説 2 観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる。」、「仮説 3 観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。」、「仮説 8 旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。」であった。

一方、仮説が不成立となったのは「仮説 6 旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。」、「仮説 7 旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。」であった。

また、部分的に仮説が成立したのは「仮説 1 個人属性によってライフスタイルが異なる」、「仮説 4 観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。」、「仮説 5 観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。」であった。これらの仮説の部分的に成立については、「仮説 1 個人属性によってライフスタイルが異なる」は表 6-10、表 6-11、表 6-12 で、仮説 4 については、表 6-21、表 6-22 で、仮説 5 については表 6-23、表 6-24 で示された通りである。

第3節 仮説検証の結果により先行研究との比較

日本人観光客の回答による仮説の分析結果と中国人観光客の回答による仮説の分析結果を纏めてみると、下表 7-3 のとおりになる。

表 7-3 日・中観光消費者の回答による仮説の検証結果のまとめ

仮説番号	仮説の内容	検証結果 日本	検証結果 中国	総 結果
仮説 1	個人属性によってライフスタイルが異なる。	△	△	△
仮説 2	観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる。	○	○	○
仮説 3	観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。	△	○	△
仮説 4	観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。	△	△	△
仮説 5	観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える。	△	△	△
仮説 6	旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	○	×	△
仮説 7	旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	○	×	△
仮説 8	旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	○	○	○

注：○は「裏づけられた」、△は「部分的裏付け」、×は「裏づけられなかった」。

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

上記表 7-3 にあるように、日・中観光客のデータによる仮説の検証結果は、「仮説 1 個人属性によってライフスタイルが異なる」、「仮説 3 観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える」、「仮説 4 観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える」、「仮説 5 観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著の影響を与える」、「仮説 6 旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える」、「仮説 7 旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える」が部分成立で、「仮説 2 観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる」、「仮説 8 旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える」

が成立であることが明らかになった。

1. 本研究結果と先行研究との比較

バリアフリー観光に関する先行研究は、日本におけるバリアフリー観光への旅行業界団体や日本政府の観光施設等のバリアフリー化に向けた政策的な取り組みにつき、その歴史的な流れを述べた研究は前田勇（1998）や井口貢（2002 年）のようにバリアフリーの概念と建築物などの諸施設の物理的なバリアフリーから人々の心のバリアフリーの精神的バリアフリーとして人々の意識まで広げた研究がある。また、バリアフリー観光を「観光ツアーのバリアフリー化」「観光情報のバリアフリー化」、「宿泊施設のバリアフリー化」、「観光地のバリアフリー化」、「観光資源のバリアフリー化」、「宿泊施設のバリアフリー化」とバリアフリー観光を細部に分類した研究は秋山哲男・清水政司・伊澤岬・江守央・松原悟朗（2010）がある。また障がい者の旅行についてのバリアフリー観光については、石塚裕子・新田保次・飯田克弘（2012）の研究で視覚障がい者の旅行参加についての意思（選択）決定過程についての実証研究がある。しかしながら、これまでの観光地における観光客を対象とした研究、特に大都市だけでなく、それ以外の観光都市含めたバリアフリー観光についての実証研究は少ないので、本研究は比較的に意義のある研究と言える。

観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けることができる。本論文では、日本観光消費者による観光バリアフリーに関するライフスタイルは 5 つの因子（主観要因、経済要因、情報要因、客観要因、意識要因）に分けられた。中国観光消費者による観光バリアフリーに関するライフスタイルは 4 つの因子（主観要因、経済要因、情報要因、客観要因）に分けられた。両国のデータにより、どちらとも主観要因、経済要因、情報要因、客観要因を含め、新田保次（2011）、林美玉（2016）の研究結果と一致している。さらに、主観要因と経済要因の 2 つの項目は、日本と中国のどちらでも分散寄与率が最も高い因子である。この点も林美玉（2016）の研究結果と一致している。

あと、日本における観光消費者の分析結果により、旅行先ハード面、ソフト面、心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を及ぼす。中国観光消費者の分析結果により、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に顕著な影響を及ぼす。これらは新田保次（2011）、林美玉（2016）の研究結果と一致している。

ライフスタイルの項目に関しては、「旅行先のバリアフリー化が重要だと思う」「旅行先の交通の便利さが重要だと思う」の回答は、両国どちらも平均値が高いことから、両国の観光消費者は旅行先のバリアフリー化と旅行先の交通の便利さを重視している。これは林美玉（2016）、平井木綿子（2014）、森田美佐子（2013）、新田保次（2011）の研究結果と一致している。

旅行先へのイメージに関する研究は、今まで多くの研究者が行ってきたが、旅行先バリアフリーへのイメージに対しては、研究が少なかったため、本研究のデータが極めて貴重であることがいえる。そして、旅行先バリアフリーへのイメージの調査対象は、高齢者や障がい者などのバリアフリーの利用者だけでなく、一般観光客も対象として行った。調査の結果では、一般観光客は高齢者や障がい者などのバリアフリー利用者より、旅行先を選択決定の際、旅行先バリアフリーへのイメージからの影響が顕著であることが明らかになった。しかし、日本の一般観光客と中国の一般観光客の回答により、日本の観光消費者のほうが、比較的に旅行先バリアフリーへのイメージを重視することが分かった。中国の観光消費客は、旅行先バリアフリーへのイメージからの影響は小さいと判断できた。さらに、日本の一般観光消費者は日本の高齢者や障がい者などのバリアフリー利用者と比べると、さらに重視していることが明らかになった。

中国観光消費者の分析結果では、旅行先ハード面、ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に影響を及ぼすことが検証できなかった。つまり、中国では、観光消費者が旅行先を選択する時に、旅行先ハード面と旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージを、あまり考えないことが明らかになった。これは、林美玉（2016）の研究とは違い、仮説を検証することができなかった。

本論文の研究は日本と中国における観光都市でのそれぞれの国の観光客を対象としたバリアフリー観光のイメージについてアンケート調査に基づく仮説の検証による比較を行っていることに意義があるといえる。

これまでの研究は、観光消費者側の視点からの研究が多かったが、本研究では旅行会社のバリアフリースーツァーに関して、観光消費者にアンケート調査を行い、その結果は、日本であれ、中国であれ、旅行会社のバリアフリースーツァーの対応が不十分であることが分かった。この点は本研究の独立性であるといえる。

2. 先行研究と相違する原因分析

まず、先行研究と本研究の研究対象によって、異なる結論が導き出されることとなった。

本研究は旅行先へのバリアフリーイメージは観光消費者の旅行先選択決定（意思決定）への影響について実証研究を行った。研究の対象は一般観光客、高齢者、障がい者などのバリアフリー利用者である。いずれも限られた対象ではないため、全体的な結果で検証を行った。これは先行研究と相違する一つの原因と推測できる。

次は、日本と中国、両国で同時にアンケート調査を行った結果、両国の国情が違うことも影響し、その結果は一致しなかった。

最近、中国の経済は発展し、GDP も日本の倍になったが、人々の平均 GDP はまだまだ少ない。中国の収入格差によって、沿海部大都市と内陸農村部の発展は格差が大きい、それにより、バリアフリー整備の発展も大きく違う。本研究の対象は中国の大都市の北京、上海、大連、内陸部の長春の観光客である為、バリアフリーの発展状況により、先行研究と異なった結果が出ても可笑しくないと言える。

最後に、時代は移り変わり。科学技術の革新的なスピードの速さにより、人々の価値観も変化しつつある。そのためアンケート調査の結果は、一年前と一年後は必ずしも同じとは限らない。

結論

本研究は、観光客の観光ライフスタイル、観光客の旅行先のバリアフリーへのイメージ、観光客の旅行先選択決定（意思決定）にフォーカスして実証的研究を行った。

本研究の主問は「日・中のバリアフリー観光へのイメージにはどのような相違点があるか」を設定し、3つの副問と8つの仮説を設けている。3つの副問と8つの仮説は以下のとおりである。

副問1：日・中のバリアフリー観光の観光客はどのようなタイプに分けられるか。（仮説1～2で解答）

仮説1：個人属性によってライフスタイルが異なる。（副問1へ解答）

仮説2：観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる。（副問1へ解答）

副問2：日・中の観光客のタイプによってバリアフリー観光へのイメージはどのような相違点があるか。（仮説3～5で解答）

仮説3：観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。（副問2へ解答）

仮説4：観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。（副問2へ解答）

仮説5：観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。（副問2へ解答）

副問3：日・中の観光客のバリアフリー観光へのイメージは観光地の選択にどのような影響を与えているか。（仮説6～8で解答）

仮説6：旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。（副問3へ解答）

仮説7：旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。（副問3へ解答）

仮説8：旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。（副問3へ解答）

これらの主問と副問に答えるために本論文の研究では、モデルに基づき、仮説を設けて仮説の検証を行った。仮説の実証研究の為、日本における地方観光都市を含む 4 か所の東京、大阪、福岡、鹿児島で日本人観光客にアンケート調査を実施した。また、中国における地方都市を含む 4 か所の北京、上海、長春、大連の 4 か所でアンケート調査を行った。

具体的には、本論文の研究テーマに対する主問・副問および仮説の検証結果は以下の通りである。

第 1 節 副問と主問への解答

1. 副問 1 への解答

「副問 1. 日・中のバリアフリー観光の観光客はどのようなタイプに分けられるか」への解答は以下の通りである。

日本のサンプルの因子分析の結果では、5 つの因子を抽出することができた。すなわち、因子 1:「経済要因」、因子 2:「主観要因」、因子 3:「情報要因」、因子 4:「客観要因」、因子 5「意識要因」である。

中国のサンプルの因子分析の結果では、4つの因子を抽出することができた。すなわち、因子1:「主観要因」、因子2:「経済要因」、因子3:「情報要因」、因子4:「客観要因」である。

これらの結果により、本研究の副問 1 である「日・中のバリアフリー観光の観光客はいくつタイプに分けられるか」については、次のように解答できる。

日本人観光客の観光ライフスタイルの因子分析の結果により、5つのタイプに分けることができた。もっとも多い観光客タイプは旅行にかかる費用、家族の経済力、旅行に行くと家族に負担を軽減、仕事が忙しいか、などの経済要因を考えるグループであり、最も多くの31.109%を占めている。二番目は、一人旅の不安感、旅行中に他人に迷惑、自分の体の具合、旅行中の同伴者はいるかいないか、などの主観要因を考えるグループであり、全体の12.876%を占めている。三番目は、旅行先の情報入手、観光客が多いか、行きたい場所のあるか、などの情報要因を考えるグループであり、全体の10.511%を占めている。四番目は観光地の物価、過去の不愉快の経験、観光客自身の条件などの客観的な要因を考えるグループであり、全体の7.369%を占めている。五番目は、旅行先のバリアフリーへの意識

や観光者自身の旅行への態度などの意識要因を考えるグループであり、全体の6.266%を占めている（表5-15、表5-16参照）。

中国人観光客の観光ライフスタイルの因子分析の結果により、4つのタイプに分けることができた。もっとも多い観光客タイプは一人旅、自分の体の具合、旅行の疲れやすさ、旅行中に他人にご迷惑をかけるか、などを考える主観要因を考慮するグループであり、もっとも多くの43.723%を占めている。二番目は、経済状況や、旅行費用、仕事の空き状況などの経済要因を考慮するグループであり、全体の14.447%を占めている。三番目は、旅行先の情報入手、観光客が多いかどうか、行きたい目的地のあるかどうかなど情報要因を考慮するグループであり、全体の9.863%を占める。四番目は過去の不愉快の経験、一緒に行く同伴者がいるかどうか、観光地の物価などの客観的要因を考慮するグループであり、全体の7.470%を占めている。（表6-14、表6-15参照）。

上記により、日本と中国の観光客の研究結果により、副問1「日・中のバリアフリー観光の観光客はいくつのタイプに分けられるか」が検証され、日本人観光客のライフスタイルは5つのタイプ（経済要因タイプ、主観要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプ、意識要因タイプ）に分けられることが究明された。中国人観光客のライフスタイルは4つのタイプ（主観要因タイプ、経済要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプ）に分けられることが究明された。

日本人観光客の個人属性（性別）により、「一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う」「どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う」3つの観光ライフスタイルの分散分析は有意確率がある。日本人h女性観光客は男性より、一人旅の時に不安感が強い、目的地がないから、旅行をやめる場合が多く、一方で日本の男性観光客は女性より、旅行に行く暇がないことが分かった。（表5-10 参照）

日本人観光客の個人属性（年齢）により、「経済力がない為、旅行に行かないと思う」、「旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」2つの観光ライフスタイルの分散分析は有意確率がある。日本人観光客は年齢の成長につれて、経済力も増え、旅行に与える経済要因が弱くなってくる。（表5-11 参照）

日本人観光客の個人属性（婚姻状況）により、「一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」の観光ライフスタイル分散分析は有意確率がある。日本の未婚の観光客は既

婚の観光客より、一人旅の時に不安感が強いことがわかった。(表 5-12 参照)

日本人観光客の個人属性（障がいがあるかどうか）により、「一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「体の具合が悪い時、旅行に行かないほうがいいと思う」、「過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う」、「旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う」、「旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う」、「旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」、「観光客が多い為、旅行に行かないと思う」、「経済力がない為、旅行に行かないと思う」、「家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う」、「旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」の 10 つの観光ライフスタイルの分散分析は有意確率がみとめられたことが分かった。つまり、主観要因、客観要因、経済要因などの影響で、旅行に行かないことが多い。すなわち、観光地のバリアフリー化がすべての観光客に必要不可欠なものであることが分かった。(表 5-13 参照)

一元配置分散分析により、性別、年齢、婚姻状況、障がいがあるかどうかに対してライフスタイルは表 5-10～表 5-13 の示す通り、有意差があることが分かった。つまり、日本のデータにより、個人属性（性別、年齢、婚姻状況、障がいがあるかどうか）によってライフスタイルが異なるといえる。

中国人観光客の個人属性（性別）により、「観光客が多い為、旅行に行かないと思う」、「旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」の 2 つの観光ライフスタイルの分散分析は有意確率がある。中国人男性観光客は女性より、観光客が多い所に旅行に行きたくないことがわかった。(表 6-10 参照)

中国人観光客の個人属性（婚姻状況）により、「旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」、「一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」の観光ライフスタイルの分散分析は有意確率がある。中国の既婚の観光客は未婚の観光客より、旅行に行く時、同伴者がいたほうが良いということがわかった。(表 6-11 参照)

中国人観光客の個人属性（障がいがあるかどうか）により、「一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う」、「過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う」、「旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う」、「旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う」、「旅行に行くことは同伴者が必要だと思う」、「観光客が多い為、旅行に行かないと思う」、「経済力がない為、旅行に行かないと思う」、「家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う」、「旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う」の 9 つの観光ライフス

タイルの分散分析は有意確率がある。障がいのある観光客は、主観要因、客観要因、経済要因などの影響で、旅行に行かないことが多いと言える。（表 6-12 参照）

一元配置分散分析により、性別、婚姻状況、障がいがあるかどうかに対してライフスタイルは表 6-11～表 6-12 の示す通り、有意差があることが分かった。つまり、個人属性（性別、婚姻状況、障がいがあるかどうか）によってライフスタイルが異なる。その他の 5 項目では個人属性による顕著な差異がないことが分かった。

上記により、日本人観光客の個人属性（性別）に対する観光ライフスタイルのアンケート調査を基に統計分析した結果、日本の女性観光客は一人旅行に不安がある時に、男性観光客よりも一人旅行に行かないことが分かった。また、日本人男性観光客は旅行に行く暇がない時に、女性よりも旅行に行かないことが判明した。さらに、日本の女性観光客は男性より、どこに旅行に行くか分からない場合、旅行を取り止める場合が多いことが分かった。

一方、中国人男性観光客は観光客が多い時は女性よりも旅行に行かないことが判明した。また、中国人女性観光客は旅行費用が高い時に、男性よりも旅行を差控えるということが分かった。

次に、日本人未婚の観光客は既婚観光客よりも一人旅行に不安とを感じる時旅行に行かないことが判明した。この点は中国人観光客のケースも同じであった。また、日本人未婚観光客は既婚観光客よりも旅行に行く時、同伴者が必要と思っていることが分かった。中国人観光客の場合は日本人観光客と異なり、既婚観光客の方が未婚観光客よりも旅行に行く時に同伴者が必要と思っていることが分かった。

観光客の個人属性（障がいがあるかどうか）で観光ライフスタイルが異なるかどうかの検証結果、日本人観光客と中国人観光客、どちらでも個人属性（障がいがあるかどうか）で観光客の観光ライフスタイルが異なるの仮説は成立したことが分かった。

纏めてみると、日本人観光客の個人属性（性別、年齢、婚姻状況、障がいがあるかどうか）対観光ライフスタイルの一元配置分散分析の結果と、中国人観光客の個人属性（性別、婚姻状況、障がいがあるかどうか）対観光ライフスタイルの一元配置分散分析の結果により、個人属性によって、ライフスタイルが異なることが究明できた。つまり、本研究の仮説 1 が、日本や中国、両国で成立することが分かった。この結果により、副問 1「日・中の観光

「バリアフリーの観光客はいくつのタイプに分けられるか」が、日本では、性別、年齢、婚姻状況、障がいがあるかどうかによって分けることができ、中国では、性別、婚姻状況、障がいがあるかどうかによって分けることができる。以上より副問 1 が究明された。

2. 副問 2 への解答

副問 2 は「日・中の観光客のタイプによってバリアフリー観光へのイメージはどのような差異点があるか」である。副問 2 への解答は以下の通りである。

日本人観光客のデータにより、観光ライフスタイルは経済要因タイプ、主観要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプ、意識要因タイプなどの 5 つのタイプに分けることができる。各タイプの観光ライフスタイルがバリアフリーイメージへの影響力回帰分析を行った結果、有意差がある観光ライフスタイルだけを抽出して、観光ライフスタイルの経済要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプは旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに影響を及ぼすことが分かった。観光ライフスタイルの経済要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプは旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに影響を及ぼすことが分かった。観光ライフスタイルの主観要因タイプ、情報要因タイプは旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに影響を及ぼすことが分かった。

中国人観光客のデータにより、観光ライフスタイルは主観要因タイプ、経済要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプの 4 つのタイプに分けることができる。各タイプのライフスタイルがバリアフリーイメージへの影響力回帰分析を行った結果、有意差があるライフスタイルだけを抽出して、観光ライフスタイルの主観要因タイプ、経済要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプは旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージに影響を与えることが分かった。観光ライフスタイルの経済要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプは旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに影響を与えることが分かった。観光ライフスタイルの主観要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプは旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに影響を与えることが分かった。

上記の分析により、仮説 3、仮説 4、仮説 5 が部分成立することが分かった。さらに、以上は、「副問 2：日・中の観光客のタイプによって観光バリアフリーへのイメージはどのような差異点があるか」の解答となった。

3. 副問 3 への解答

日本人観光客のバリアフリー観光へのイメージと旅行先の選択決定（意思決定）の回帰分析をした結果、旅行先ハード面、ソフト面、心理面のバリアフリーへのイメージは 3 つとも有意確率 $p < 0.001$ で、影響力があると判断できる。つまり、日本において、仮説 6, 7, 8 は全部成立することが究明された。（表 5-26、表 5-27、表 5-28 参照）

中国人観光客のバリアフリー観光へのイメージと旅行先の選択決定（意思決定）の回帰分析をした結果、旅行先ハード面、ソフト面バリアフリーへのイメージは 2 つとも有意確率 $p > 0.05$ の為、影響力がないと判断できる。つまり、中国において、仮説 6、7 は成立しないことが究明された（表 6-25、表 6-26 参照）。一方、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは、有意確率 $p < 0.001$ で、影響力があると判断できる。つまり、中国において、仮説 8 は成立することが究明された。（表 6-27 参照）

上記の分析より、日本において、仮説 6、7、8 はすべて成立し、中国において、仮説 8 だけは成立し、仮説 6、7 は成立しないことが究明された。さらに、以上は、「副問 3：日・中の観光客のバリアフリー観光へのイメージは観光地の選択に対してどのような影響があるか」への解答となった。

4. 主問への解答

前述のように、仮説 1 と仮説 2 の検証で副問 1 を解明し、仮説 3、仮説 4、仮説 5 は副問 2 を解明し、さらに仮説 6、仮説 7、仮説 8 の検証で副問 3 を解明した。すべての検証結果は表 9.1 に示す通りである。

表 9.1 日・中観光客の回答による仮説の検証結果のまとめ

仮説番号	仮説の内容	検証結果 日本	検証結果 中国	総 結果
仮説 1	個人属性によってライフスタイルが異なる。	△	△	△
仮説 2	観光ライフスタイルはいくつかのタイプに分けられる。	○	○	○
仮説 3	観光ライフスタイルは、旅行先ハード面のバリ	△	○	△

	アフリーへのイメージに顕著な影響を与える。			
仮説 4	観光ライフスタイルは、旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	△	△	△
仮説 5	観光ライフスタイルは、旅行先心理面のバリアフリーへのイメージに顕著な影響を与える。	△	△	△
仮説 6	旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	○	×	△
仮説 7	旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	○	×	△
仮説 8	旅行先心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定に顕著な影響を与える。	○	○	○

出所：アンケート調査を基に著者が作成。

これらの結果で本研究の主問である「日・中の観光バリアフリーへのイメージにはどのような相違点があるか」に対する解答を、次のようにまとめることができる。

(1) 日本人観光客の観光ライフスタイルが5つのタイプ（経済要因タイプ、主観要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプ、意識要因タイプ）に分けられることが究明された。中国人観光客の観光ライフスタイルが4つのタイプ（主観要因タイプ、経済要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプ）に分けられることが究明された。

(2) 日本人観光客は個人属性（性別、年齢、婚姻状況、障がいがあるかどうか）によって、分けられることもでき、中国人観光客は個人属性（性別、婚姻状況、障がいがあるかどうか）によって分けられることができる。

(3) 日・中観光客の旅行先ハード面、ソフト面、心理面のバリアフリーへのイメージはライフスタイル（経済要因タイプ、主観要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプ、意識要因タイプ）による影響力があると判断できる。日本では、5つのタイプすべてに影響力があるが、中国では、意識要因タイプによる影響要因はないと究明できる。

日本での日本人観光客の「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」で一番高い評

価はホテルのバリアフリー化であった（表 5-5 参照）。この点は中国での中国人観光客が同じく一番高い評価であった（表 6-5 参照）。「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」で二番目に高い評価は日本での日本人観光客の場合は「レストラン」であったのに対し、中国での中国人観光客の場合は「観光スポット」であった。また、三番目に高い評価は日本人観光客の場合、「道路のバリアフリー化」であったが、中国で中国人観光客の評価は「道路のバリアフリー化」が一番低く、中国では、「道路のバリアフリー化」へのイメージが良くないことが判明した。ちなみに、日本での日本人観光客の「旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ」で一番低い評価は「観光スポット」であった（表 5-5 参照）。このことは、日本の「観光スポット」は場所によってバリアフリー化が遅れているイメージを日本人観光客は持っていることを窺えることができる。

次に、日本人観光客と中国人観光客の自国観光地での調査で「旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ」の一番高い評価は日本人観光者と中国人観光者共に「バリアフリー制度が推進されていると思う（政府の重視）」であった。また、二番目は「バリアフリー観光情報の提供は完備していると思う」であり、それ以降の順位はそれぞれ同じであった（表 5-6、表 6-6 参照）。

また、日本人観光客の「旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ」で一番高い評価は「従業員のバリアフリー（サービス）対応が適切だと思う」であり、二番目が「住民の態度が親切だと思う」で、3番目が「観光客の態度が親切だと思う」となっていて、これらは3番目以降の評価を含めて中国での中国人観光客の評価も同じ順位となった（表 5-7、表 6-7 参照）。

日本人観光客の「旅行先の選択決定（意思決定）」で一番は「旅行先ソフト面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」で、2番目が「旅行先ハード面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」であった（表 5-8 参照）。その点、中国での中国人観光客の場合は、一番目が「旅行先ハード面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」で、二番目が「旅行先ソフト面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く」で、日本人観光客の答えと中国人観光客の答えは一位と二位が異なった（表 5-8、表 6-8 参照）。

すなわち、日本での日本人観光客は中国での中国人観光客に比べて、「旅行先ソフト面のバリアフリー化」に重点を置いているのに対し、中国での中国人観光客は「旅行先ハード面のバリアフリー」となっている。このことは日本の方がハード面のバリアフリー化が中

国より進んでいて、日本人観光客の一番の関心はソフト面に重点があるのに対し、中国の場合はハード面は無視しても旅行に行きたいということが窺える。

(4) 日本では、観光客の旅行先ハード面、ソフト面、心理面のイメージが旅行先の選択決定（意思決定）に影響力があるが、中国において、観光客の旅行先心理面へのイメージだけが旅行先の選択決定（意思決定）に影響力があると究明できる。

第2節 本論文の貢献

バリアフリー観光に関する先行研究は、日本ではバリアフリー観光への旅行業界団体や日本政府の観光施設等のバリアフリー化に向けた政策的な取り組みにつき、その歴史的な流れを記述したものやバリアフリー観光の概念を人々の意識まで広げた研究、また、バリアフリー観光を細部に分類した研究などがある。一方、障がい者の旅行で視覚障がい者の旅行参加についての意思（選択）決定過程についての実証研究がある。

しかしながら、これまでの観光地における観光客を対象とした研究、特に大都市だけでなく、それ以外の観光都市を含めた観光客のバリアフリー観光へのイメージについてについての実証研究は少ない。その点、本論文では、日本と中国の観光都市におけるそれぞれの地域の観光客のバリアフリー観光へのイメージについて、アンケート調査を行い、独自のモデルと仮説を設定し、それに基づいて仮説の検証を行い、日本と中国のバリアフリー観光の比較を観光客の目線からの調査を行った。

本研究の研究は日本と中国における観光都市でのそれぞれの自国民の観光客を対象としてハード面、ソフト面、心理面のバリアフリー観光へのイメージについてアンケート調査を実施し、仮説を検証し、比較研究を行い、相違点を明らかにしたことに意義があると言える。

そして、旅行先バリアフリーへのイメージの調査対象は、高齢者や障がい者などのバリアフリー利用の人だけでなく、一般観光客も対象として行った。調査の結果では、一般観光客は高齢者や障がい者などのバリアフリー利用者より、旅行先を選択決定の際、旅行先バリアフリーへのイメージからの影響が顕著であることが明らかになった。

しかし、日本の一般観光客と中国の一般観光客の回答により、日本の観光客のほうが、

比較的に旅行先バリアフリーへのイメージを重視することが分かった。中国の観光客のほう、旅行先バリアフリーへのイメージからの影響は弱いと判断できた。しかも、日本の一般観光客は日本の高齢者や障がい者などのバリアフリー利用者と比べて、もっと重視していることが明らかにした。

ライフスタイルに関しては、日本人観光客のライフスタイルが経済要因タイプ、主観要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプ、意識要因タイプの 5 つのタイプに分けることができ、中国人観光客は経済要因タイプ、主観要因タイプ、情報要因タイプ、客観要因タイプの 4 つにしか分けることができない。このことから中国人観光客は意識上で観光バリアフリーへの認識が日本人観光客より弱いと判断できる。これは社会経済の発展段階に必ず経過する段階にあることと、中国の収入格差による社会地位や経済力がないことに原因があると推測される。

バリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）への影響に関して、日本の場合はハード面、ソフト面、心理面のバリアフリーへのイメージは旅行先の選択決定（意思決定）に影響を及ぼすが、中国の場合、心理面のバリアフリーへのイメージだけ、旅行先の選択決定（意思決定）に影響を及ぼすことが分かった。中国人観光客が旅行に行く際、一般観光客にしる、高齢者や障がい者などのバリアフリー利用者にしる、旅行先ハード面、ソフト面のバリアフリーへのイメージに関心を持ってないことが分かった。その原因は社会経済の発展段階、収入格差による社会地位や経済力のない原因の他、政府の宣伝にも原因があると判断できる。

日本では、年をとればとるほど、旅行に行く時に経済要素からの影響が少なく、観光地のバリアフリーのイメージを重視することが分かった。日本人観光客は、女性より男性のほうが一人旅に行きたく、女性より男性は仕事が忙しいから旅行に行く暇がないことが分かった。あと、日本人既婚の観光客は未婚の方より一人旅に行きたいことが究明された。

中国では、経済要因と観光客が多い原因で、旅行に行きたくない人が多いことが分かった。さらに、中国人観光客は、旅行先の物価が高いと思い、旅行先の物価が旅行先の選択決定にも影響を及ぼすことが分かった。

日本にしる、中国にしる、旅行会社のバリアフリースターの企画と実施が少なく、観光客による需要に期待があると究明された。

第3節 提言

日本と中国は人口の高齢化が急速に進んでいる。日本人の4人に1人が2015年に65歳以上となり、高齢化が進行し、中国でも2015年の60歳以上の15%が、2050年には30%に達するとの予測がある。一方で、高齢者の観光への関心は衰えることなく、増して来ることが推測されている。例えば、日本では1947年から1949年生まれの人々の世代への2013年の調査では、彼等の関心の高い順番は1番に旅行、次は健康、孫、子供の順であった。

一方、今後75歳以上の後期高齢者の人々の中には高齢に伴う手足の不自由を補う車イス生活を余儀なくされる事が予想される。その中のバスや電車等の交通機関やホテル等の施設のハード面のバリアフリーの他、旅行会社の担当者や家族の付き添え人ないし同伴者による手助のソフト面のバリアフリー観光が実現し、車イスでも可能となれば車イス旅行に出かけたいという人はこれから増々増えていく事が考えられる。

しかしながら、日・中観光客の「旅行会社のバリアフリーツアーに参加して旅行に行く」という問題の解答の平均値が極めて低い。現在の所、日本の大手旅行会社でも日本各地でバリアフリーツアーを取り扱う所は少ない。例えば、筆者が日本のある大手旅行会社に問い合わせた所、日本では、東京だけに限ってバリアフリー観光を定期的に行っているとの事である。東京だけが専用のバリアフリー定期ツアーを行っているものの、参加者が少なく、旅行費用も高く、実際に利用できる人が少ない。

また、最近では少々費用が高くても、南極や宇宙旅行などの秘境への旅行も人気があり、秘境の旅を取り扱う旅行会社も出て来ている。健康者だけをターゲットにした旅行だけでなく、身体障がい者をターゲットにした専門の旅行会社が出て来てもおかしくない。その点、売り手市場としてバリアフリー観光はこれから需要が出てくることが考えられる。一部の日本の中小旅行会社の中には既に障がい者の旅行を本格的に取り組みを始めているが、まだまだそれらの会社は一般には知られていない。

その原因を分析すると、経済要因があるが、バリアフリーツアー利用者への宣伝が足りないことも分かった。旅行会社は積極的にバリアフリーツアーの開催や実施など、ボランティアなども活用して、バリアフリーツアーのコスト低減し、多くの人に宣伝し、安価の費用で利用できるバリアフリーツアーがあれば、バリアフリー利用者の人気上昇するといえるだろう。

ところが、旅行会社が安価なバリアフリーツアーを企画したとしても、家族団欒で旅行

に行く際、高齢者や障がい者などのバリアフリー利用者をサポートする家族が同伴するため、バリアフリーツアーへの参加意欲が低いと考えられる。

現在バリアフリー観光につき、施設のハード面及びサービスなどのソフト面でバリアフリー化が進んでいるクルーズ船による旅をするのを 1 つの可能性として提案したい。すなわち、障がい者の移動の乗組員のアシスタント、バリアフリー化が進んでいる船舶の客室やレストラン等が完備され、介護医療サービスも充実され、他の交通機関や宿泊施設と比べてバリアフリー化が充実している。筆者は鹿児島に大型クルーズ船で来港した観光客のツアーガイドとして働いた経験があり、障がい者や高齢者へのクルーズ船のハード面とソフト面の対応は他の交通機関や宿泊施設と比べて進んでおり、彼等にとってクルーズ船ツアーは最も適切なものと確信している。

これまで以上にグローバル化が進み、人々が国境を越えて日常的に移動する世界的な大交流時代が到来することを鑑みると、訪日（中）外国人旅行者についても言語の障壁を越えて一人でも旅行ができるような環境整備に取り組んでいくことが重要である。観光資源の多言語解説整備や、観光と福祉の知識の兼備人材などの育成がますます重要になってきた。

「明日の日本を支える観光ビジョン」において日本政府が定めた目標の一つ、2020 年までに訪日旅行消費額 8 兆円という高い目標を達成するためには、「モノ」消費から「コト」消費に移行している訪日外国人の旅行需要を踏まえて、観光資源の体験メニューの充実、体験満足度の向上を図り、体験型観光による消費を促していくことが必要となっている。そのため、外国人バリアフリーツアーへの対応システムを開発すれば、その市場規模はかなり大きいものとなるはずである。

第 4 節 研究の限界

本研究は先行研究の理論から研究を展開し、課題を解決した。旅行先のバリアフリーへのイメージに対して、既存の先行研究の蓄積は非常に限られている。筆者は、概念の明確化、理論の再構築、実証研究などの多方面で探索的な研究試みが必要がある。

本論文はバリアフリー観光へのイメージに関する研究として、日本と中国の観光都市を対象として日本人観光客と中国人観光客のバリアフリー観光へのイメージにつき研究を行

った。そこで、先行研究の課題を取り上げ、実証研究として、独自のモデルと仮説を設定し、アンケート用紙を基に、仮説の検証を行った。その結果、日・中観光客のバリアフリー観光へのイメージには、日本と中国で相違点が見られた。

本研究の限界としては、相違点は明らかに出来たが、なぜそうなったかの理由については、分析の材料が不十分であった。その点、更なる研究が必要である。

また、今日、日本と中国の8つの観光都市でアンケートを合計2400部で調査したが、各観光都市での障がい者へのアンケートのサンプル数が限られていた。この点、障がい者に対するアンケートのサンプルを増やしてもっと障がい者の意見を反映したものにすべきであると考えている。

第5節 残された今後の研究課題

本論文はバリアフリー観光へのイメージに関する研究として、日本と中国の観光都市を対象として日本人観光客と中国人観光客のバリアフリー観光へのイメージにつき研究を行った。アンケート調査の地域と対象は、日中両国で8つの都市の観光者合計2400人に調査を行ったが、全体市場からみると、サンプル数はまだ少ないと思う。特に、記述結果からみると、中国の回答者は30代と40代に集中している。しかし現在中国も日本と同様に少子高齢化問題が深刻化している為、年配者への追加調査が必要であると考えられる。アンケート調査票を作成する時に、ライフスタイルや観光イメージに関する項目内容と項目数を再検討する必要がある。旅行頻度やもっと詳しい観光イメージの質問を加えたらより改善されるだろう。そして、原因分析の為、アンケート調査票に備考欄に、回答者が観光イメージの一言を提言していただいたらより具体的な調査結果が得られるだろう。

今日日本では、「モノ」消費から「コト」消費に移行している訪日外国人の旅行需要を踏まえて、さらに訪日外国人を対象としてアンケート調査を行って、訪日外国人のバリアフリー観光に関する研究を今後の課題として考えられる。

本研究が検証した結果として、中国における観光客は旅行先の選択決定（意思決定）する時、ハード面とソフト面のバリアフリーへのイメージがなぜ旅行先の選択決定（意思決定）に影響を及ぼさない、これについて、さらに深く研究をし、その背後の原因を究明することを今後大きな課題である。

参考文献

1. 日本語文献

- 「21 世紀初頭における観光振興方策～観光振興を国づくりの柱に～（答申第 45 号）」、『国土交通省ホームページ』、2000 年 12 月、
https://www.mlit.go.jp/kisha/oldmot/kisha00/koho00/tosin/kansin/index2_.html。
- 青木幸弘「消費者行動研究における最近の展開-新たな研究の方向性と可能性を考える-」日本商業学会『流通研究』、第 16 巻第 2 号、2014 年。
- 青山吉隆「バリアフリーに対する制度や考え方の中日比較に関する基礎的な考察」京都大学工学学報、2013 年 6 月。
- 秋山哲男・清水政司・伊澤岬ほか『観光のユニバーサルデザインー歴史都市と世界遺産のバリアフリー』学芸出版社、2010 年。
- 「新しいライフスタイルの創出と地域再生に関する調査研究報告書」、『経済社会総合研究所ホームページ』、2007 年 2 月、<http://www.esri.go.jp/jp/prj/hou/hou027/hou027.html>。
- 井口貢『観光文化の振興と地域社会』ミネルヴァ書房、2002 年。
- 伊藤薫「社会指標の特徴と生活水準の構成要素について」『Review of Economics and Information Studies』、2005。
- 井上崇通『消費者行動論』同文館出版、2012 年。
- 大野和雄『現代観光マーケティング論』函館大学北海道産業開発研究所、1986 年。
- 大橋昭一「最近における観光客満足理論の諸類型」『関西大学商学論集第 54 巻第 1 号』、2009。
- 荻野祥平・山畑信博「歴史的建造物・観光地のバリアフリーに関する研究」『日本建築学会東北支部研究報告集. 計画系 (76)』、2013 年 6 月。
- 小塩真司『研究事例で学ぶ SPSS と AMOS による心理・調査データ解析』東京図書、2013 年。
- 梶本保邦『観光よもやま話』鹿島出版社、1980 年。
- 「観光のユニバーサルデザイン化 手引き集～だれもが旅行を楽しめる環境づくりのために～」、『国土交通省ホームページ』、2008 年 3 月、
<https://www.mlit.go.jp/common/000059422.pdf>。
- 「観光立国推進基本法」、『国土交通省観光庁ホームページ』
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/kankorikkoku/kihonhou.html>。
- グッドール・アッシュワース（山上徹監訳）『観光リゾートのマーケティング』白桃書房、1989 年。
- 「経済波及効果」『国土交通省観光庁ホームページ』、2018 年 7 月 19 日、
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/kouka.html>。
- 「交通バリアフリーとハートビル」、『障害保健福祉研究情報システムホームページ』、
http://www.dinf.ne.jp/doc/japanese/prdl/jsrd/norma/n236/n236_07-01.html。
- 「『購買行動モデル』の時代変化と今」株式会社イノバホームページ
<https://innova-jp.com>。
- 「高齢者、障害者等の円滑な移動等に配慮した建築設計標準」、『国土交通省ホームページ』、
<https://www.mlit.go.jp/common/001179641.pdf>。
- 小谷達男『観光事業論』学文社、1994 年。
- 小林昌之『アジアにおける障害者のアクセシビリティ法制』調査研究報告書 アジア経済研究所、2017 年。
- 「今後の観光政策の基本的な方向について（答申第 39 号）」『国土交通省観光庁ホームページ』、1995 年年 6 月 2 日、

<https://www.mlit.go.jp/singikai/unyusingikai/kankosin/kankosin39.html>。

齊場三十四『バリアフリー社会の創造』明石書店、1999年。

佐々木士郎二『旅行者行動の心理学』関西大学、2000年。

佐野正『障害者旅行ハンドブック』学苑社、1995年。

塩田正志『観光学』同文館、1994年。

「視覚障がい者の旅行・観光における意思決定過程に関する基礎的研究」『福祉のまちづくり研究』第14巻第1号、2012年3月。

篠原靖「日本が抱える課題への観光的対応—求められる観光による新たな日本再生ビジョン—」『Atomi 観光コミュニティ学部紀要』、2016年。

嶋口充輝『顧客満足型マーケティングの構図—新しい企業成長の論理を求めて—』有斐閣、1994年。

嶋口充輝『戦略的マーケティングの論理』誠文堂新光社、1984年。

社団法人日本観光協会『すべての人の旅行促進にむけて 概要版』、1995年。

「障害者制度改革の推進のための基本的な方向（第一次意見）」、『文武科学省ホームページ』2010年6月7日、

http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo3/siryo/attach/1295927.html。

鈴木浩明『バリアフリー時代の心理・福祉工学』ナカニシヤ出版、2003年。

高橋儀平「中国のバリアフリー—法制度と環境整備の現況と課題」『福祉のまちづくり研究』第12巻第1・2号、2010年。

田中洋・丸岡吉人『新広告心理』電通、1991年。

「団塊世代のライフスタイルと今後の旅行消費に関する調査」、『JTB 総合研究所ホームページ』2013年3月26日、

<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2013/03/babyboomers/>。

「中国の高齢者人口、2050年までに総人口の約3分の2に」、『人民網日本語版』、2018年7月20日、<http://j.people.com.cn/n3/2018/0720/c94475-9483235.html>。

「中国、2020年までにバリアフリー外出サービスシステム実現へ」、『人民網日本語版』、2018年01月12日、<http://j.people.com.cn/n3/2018/0112/c94475-9314993.html>。

鄭玉姫「国家イメージが観光地イメージと行動意図に及ぼす影響：日韓大学生を対象として」立教大学観光学部紀要、2018年。

デービッド・アトキンソン『世界一訪れたい日本のつくりかた新・観光立国論【実践編】』、2017年。

「統計からみた我が国の高齢者—「敬老の日」にちなんで—」、『総務省統計局のホームページより』<https://www.stat.go.jp/data/topics/topi1130.html>。

『内閣府ホームページ NPO 法人ポータルサイト』

<https://www.npo-homepage.go.jp/npoportal/detail/046001077>。

内閣府ホームページ『障がい者白書（全体版）』、2017年。

長谷政宏『観光マーケティング』同文館、1996年。

中子富貴子「地域観光の発展におけるバリアフリー・ツーリズムの役割—ソーシャル・キャピタル(社会関係資本)の構築と市民活動」『観光研究』、2010年。

二階俊博『観光立国宣言—躍動の観光産業を語る』丸ノ内出版、2000年。

「バリアフリーとユニバーサルデザインの定義」、『国土交通省総合政策ホームページ』、<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/udbf/1st-reference5.pdf>。

「バリアフリーへ、政府が新制度 自治体の取り組み促す」、『日本経済新聞』、2018年11月20日 <https://www.nikkei.com/article/DGXMZ038009940Q8A121C1CR8000/>。

「バリアフリー法改正」、『国土交通省ホームページ』

<https://www.city.toyonaka.osaka.jp/machi/bariafuri/bariafurisuisin/H30suisinkyougikai.files/sankousiryouch30.pdf>。

「バリアフリー化の社会経済的評価の確立へ向けて」 国土交通省国土交通政策研究所、

- 2001.6、<https://www.mlit.go.jp/pri/houkoku/gaiyou/pdf/kkk3.pdf>。
「バリアフリー施策・ユニバーサルデザインの考え方に基づく施策の推進について」、『国土交通省総合政策バリアフリーホームページ』2015年2月3日
<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kurashinoshitsu/bunkakail/dai2/siryou2.pdf>。
「ひまわり号歴史」『ひまわり号松本実行委員会ホームページ』
<http://himawarigo-m.com/history>。
平井木綿子・大西一嘉「ユニバーサルツーリズム推進に向けた取組状況の研究ー行政、旅行代理店、利用者、NPO法人への調査を通じてー」神戸大学大学院工学研究科・システム情報学研究科紀要（7）、2015年12月。
廣永由香「観光地のバリアフリーの現状と課題ー高山市と岡崎市を比較ー」愛知学泉大学紀要、2005年。
フィリップ・コトラー著・宮澤永光訳『マーケティング・エッセンシャルズ』東海大学出版会、1986年。
富貴島明「消費者行動論（1）」城西大学紀要、2003年。
「福祉ってなあに?」、『社会福祉法人沖縄市社会福祉協議会ホームページ』、
<http://www.okicityshakyo.com/shiru/%E7%A6%8F%E7%A5%89%E3%81%A3%E3%81%A6%E3%81%AA%E3%81%82%E3%81%AB%E3%81%BC%E3%81%9F/>。
フランク・ゴープル著・小口忠彦訳『マズローの心理学』産業能率大学出版部、1972年。
ベクトニリエ（河東田博訳）『ノーマライゼーションの原理ー普遍化と社会変革を求めて』現代書館、2004年。
「平成29年版高齢社会白書（概要版）」、『内閣府ホームページ』2017年、
https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2017/html/gaiyou/s1_1.html。
前田勇『観光理論』学文社、1978年。
前田勇「観光における知識とイメージに関する研究」『応用社会学研究』第27号、1986年。
前田勇『現代観光学キーワード事典』学文社、1998年。
前田勇『現代観光総論改定新版』学文社、2012年。
松江 宏『現代消費者行動論』創成社、2007年。
松江宏『現代消費者行動論』創生社、2009年。
宮井久男「バリアフリー観光の展開と課題」『岩手県立大学研究紀要』第11巻第1号、2000年。
宮森正樹「観光イメージに影響を与える要因の研究:沖縄県のケースを中心に」『沖縄大学大学紀要』、2006年。
森田美佐子・川原晋「観光地におけるバリアフリーの考え方と進め方に関する研究ー高山市の行政主催モニターツアーと市民まちづくり活動に着目してー」『観光科学研究』、2013年。
安本宗春「福祉水準を上昇させる手段としての観光ー移動弱者に対する観光参加機会の拡大ー」日本国際観光学会論文集（第24号）、2017年。
安村克己・堀野正人・遠藤英樹・寺岡伸悟『よくわかる観光社会学』ミネルヴァ書房、2011年。
山本誠『モニターが創ったバリアフリーのまち』ぎょうせい、2003年。
李昌訓『長崎国際大学論叢』第2巻、2002年。
ワンプラスワン（北京）障がい者文化発展センター「中国における国連『障がい者の権利条約』の実施状況」、2012年3月。

2. 英語文献

- Cuieford, J. P., Fundamental Statistics in Psychology and Education, 4th Edition, New York: McGraw Hill, 1965.
- Christopher, Martin, The Customer Service Planner. Butterworth Heinemann, 1992.
- Heskett, Leonard A. Schlesinger, "Putting the Service-Profit Chain to Work." Harvard Business Review (March/April), 1994.
- Howard, John A., and Jagdish N. Sheth, The Theory of Buyer Behavior. New York: John Wiley & Sons, 1969.
- Leiper, Neil, 『The Framework of Tourism: Towards a Definition of. Tourism, Tourist, and the Tourist Industry』 Annals of Tourism Research, vol. 6, no. 4, 1979.
- Oliver, Richard L., "Processing of the Satisfaction Response in Consumption: A Suggested Framework and Research Propositions." Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior, 2, 1989.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." Journal of Retailing, 64 (Spring), 1988.
- Reichheld, Frederick F. and W. Earl Sasser, "Zero Defection-Quality Comes to Services." Harvard Business Review (September/October), 1990.
- Westbrook, Robert A. "Sources of Consumer Satisfaction with Retail Outlets." Journal of Retailing, 57 (Fall), 1981.
- Zeithaml, Valarie A. Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence." Journal of Marketing, 52(July), 1988.

3. 中国語文献

- 『2018 中国統計年鑑』、<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2018/indexch.html>。
- 馮召偉・王娜娜「残疾人の无障碍旅游探析」『旅游經濟』、2013 年。
- 「残疾人教育条例」(1994 年 8 月 23 日国务院公布・施行)。
- 「残疾人就業条例」(2007 年 2 月 25 日国务院公布 2007 年 5 月 1 日施行)。
- 郭慶慧「无障碍旅游下旅游企業如何為残疾人旅游提供更好的服務」『現代企業教育』、2013 年。
- 万国威「改革开放以来我国残疾人研究的评述与展望」『青海社会科学』、2011 年。
- 吳明隆「SPSS 問卷系統分析實務操作與運用」台湾五南出版社、2009 年、375～397 ページ
- 巫英慧「浅析我国残疾人旅游市場開發对策研究」『東方企業文化』、2014 年。
- 印偉「我国残疾人旅游法律体系的完善研究」『旅游論壇』、2017 年。
- 張正杰・李慶文・陳倩「浅析我国残疾人旅游市場開發現狀」『中国市場』、2017 年第 36 期。
- 周亜「四川省政府推動无障碍旅游發展对策」『内江師範学院学報』、2017 年。
- 「中国残疾人事業五年工作綱要 (1988～1992)」、1988 年 9 月 3 日。
- 「中華人民共和國残疾人保障法」(2008 年 4 月 24 日第 11 期全国人民代表大会常務委員會第 2 回會議修正, 2008 年 7 月 1 日施行)。

アンケート調査へのご協力をお願い

この調査は、鹿児島国際大学大学院経済学研究科経営管理研究室が、顧客満足への影響要因に関する研究の一環として行うものです。無記名になっております。調査結果は学術研究の目的以外に使用することは決してございませんので、安心して、思ったとおりにお答えください。この調査票の結果はすべて統計表の形や数値として、まとめさせていただきます。

ご多忙中のところ、是非このアンケート調査にご協力頂きますようお願い申し上げます。

鹿児島国際大学大学院経済学研究科経営管理研究室・指導教授：原口 俊道

研究室電話・FAX：099-263-0668 E-Mail：xinran0411@gmail.com

担当者：王新然 携帯電話：090-9656-4027

- 1、性別： ☐男 ☐女
- 2、年齢： ☐10代 ☐20代 ☐30代 ☐40代 ☐50代 ☐60代 ☐70代 ☐80代以上
- 3、婚姻状況： ☐未婚 ☐既婚
- 4、学歴： ☐高校以下 ☐短大・専門学校 ☐大学 ☐大学院以上
- 5、職業： ☐学生 ☐アルバイト・パート ☐会社員 ☐自営業者 ☐主婦
☐公務員 ☐定年・退職者 ☐その他
- 6、月額収入： ☐無収入 ☐10万円未満 ☐10-20万円未満 ☐20-30万円未満
☐30-40万円未満 ☐40-50万円未満 ☐50万円以上
- 7、世帯人数： ☐1人 ☐2人 ☐3人 ☐4人 ☐5人以上
- 8、あなたは障害を持っていますか。 ☐はい ☐いいえ

	同意しない	やや同意しない	いずれでもない	やや同意する	同意する
「観光ライフスタイル」について					
1. 私は旅行が好きである。	1	2	3	4	5
2. 一人旅行が不安と感じる為、旅行に行かないと思う。	1	2	3	4	5
3. 体の具合が悪い時、旅行に行かないほうが良いと思う。	1	2	3	4	5
4. 過去に不愉快な旅行経験がある為、旅行に行きたくないと思う。	1	2	3	4	5
5. 旅行が疲れやすい為、旅行に行きたくないと思う。	1	2	3	4	5
6. 旅行に行く際、他人に迷惑をかけると思う。	1	2	3	4	5
7. 旅行に行くことは同伴者が必要だと思う。	1	2	3	4	5
8. 観光客が多い為、旅行に行かないと思う。	1	2	3	4	5
9. 経済力がない為、旅行に行かないと思う。	1	2	3	4	5
10. 家族にご迷惑をかける為、旅行に行かないと思う。	1	2	3	4	5
11. 旅行費用が高い為、旅行に行かないと思う。	1	2	3	4	5
12. 旅行に行く暇がない為、旅行に行かないと思う。	1	2	3	4	5

13. 旅行先観光地の物価が高い為、旅行に行かないと思う。	1	2	3	4	5
14. 旅行に関する情報が入手できない為、旅行に行かないと思う。	1	2	3	4	5
15. どこに行くか分からない為、旅行に行かないと思う。	1	2	3	4	5
16. 旅行先のバリアフリー化が重要だと思う。	1	2	3	4	5
17. 旅行先の交通の便利さが重要だと思う。	1	2	3	4	5
『旅行先ハード面のバリアフリーへのイメージ』について					
1. ホテルのバリアフリー化は十分進んでいると思う。	1	2	3	4	5
2. レストランのバリアフリー化は十分進んでいると思う。	1	2	3	4	5
3. 交通機関のバリアフリー化は進んでいると思う。	1	2	3	4	5
4. 道路のバリアフリー化は進んでいると思う。	1	2	3	4	5
5. 観光スポットのバリアフリー化は進んでいると思う。	1	2	3	4	5
『旅行先ソフト面のバリアフリーへのイメージ』について					
1. バリアフリー観光ルートは完備していると思う。	1	2	3	4	5
2. バリアフリー観光情報の提供は完備していると思う。	1	2	3	4	5
3. 多言語対応システムは完備していると思う。	1	2	3	4	5
4. 点字対応システムは完備していると思う。	1	2	3	4	5
5. バリアフリー制度が推進されていると思う（政府の重視）。	1	2	3	4	5
6. バリアフリーに対するフィードバックシステムが完備していると思う。	1	2	3	4	5
『旅行先心理面のバリアフリーへのイメージ』について					
1. 従業員のバリアフリー（サービス）対応が適切だと思う。	1	2	3	4	5
2. 従業員の多言語対応が充分できると思う。	1	2	3	4	5
3. 介護・医療関連サービスの対応が充分だと思う。	1	2	3	4	5
4. 住民の態度が親切だと思う。	1	2	3	4	5
5. 観光客の態度が親切だと思う。	1	2	3	4	5
6. あらゆる年齢層への対応が充分だと思う。	1	2	3	4	5
『旅行先の選択決定（意思決定）』について					
1. 旅行先ハード面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く。	1	2	3	4	5
2. 旅行先ソフト面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く。	1	2	3	4	5
3. 旅行先心理面のバリアフリー化が進んでいなくても、旅行に行く。	1	2	3	4	5
4. バリアフリー関連設備が充実された所を選んで旅行に行く。	1	2	3	4	5
5. バリアフリー人材教育が充分された所に旅行に行く。	1	2	3	4	5
6. 旅行会社のバリアフリースーツアーを選んで、旅行に行く。	1	2	3	4	5

ご協力、ありがとうございました。

关于中日无障碍旅游的无障碍认知的比较研究
-以中国和日本的游客关于无障碍旅游的认知问卷调查数据为基础-

尊敬的女士/先生

您好！我是日本鹿儿岛国际大学大学院的一名博士研究生，正在进行一项关于中国和日本的无障碍旅游的比较研究，希望通过以下问卷得到您的帮助。回答问卷约占用您十分钟的时间，问卷答案并无对与错之分，您只需按照真实看法和感受，在适当的选项上打勾即可。问卷采用不记名方式，本人承诺您所填写的内容仅供学术研究之用，请放心填写。

对您的热心协助与支持，本人表示衷心感谢！

鹿儿岛国际大学大学院 王新然

電話：090-9656-4027

E-Mail: xinran0411@gmail.com

关于个人信息

- 1、性别：☐男 ☐女
- 2、年龄：☐20岁以下 ☐20-30岁 ☐30-40岁 ☐40-50岁
☐50-60岁 ☐60-70岁 ☐70-80岁 ☐80岁以上
- 3、婚姻状况：☐未婚 ☐已婚
- 4、学历：☐高中以下 ☐中专/大专 ☐大学 ☐研究生及以上
- 5、职业：☐学生 ☐自由职业 ☐公司职员 ☐自営業者 ☐家庭主婦
☐国家机关，企事业单位 ☐退休人员 ☐その他
- 6、年收入：☐无收入 ☐5万元以下 ☐5-10万元 ☐10-20万元
☐20-30万元 ☐30-50万元 ☐50万元以上
- 7、家庭人数：☐1人 ☐2人 ☐3人 ☐4人 ☐5人以上
- 8、是否有残疾。☐有 ☐无

	不同意	比较不同意	不确定	比较同意	同意
关于旅游的价值观					
① 我喜欢旅游。	1	2	3	4	5
② 旅游让我感到不安。	1	2	3	4	5
③					
④ 身体状况原因，不愿意旅游。	1	2	3	4	5
⑤ 曾经有不愉快的旅游经历，所以不愿意旅游。	1	2	3	4	5
⑥ 旅游容易让人感到疲惫，所以不愿意去旅游。	1	2	3	4	5
⑦ 总觉得旅游会给别人添麻烦，所以不愿意去旅游。	1	2	3	4	5
⑧ 旅游时必须有同伴。	1	2	3	4	5
⑨ 因游客太多，所以不愿意旅游。	1	2	3	4	5
⑩ 因经济状况不好，所以不愿意去旅游。	1	2	3	4	5
⑪ 旅游会给家人带来麻烦，所以不愿意去旅游。	1	2	3	4	5
⑪ 旅游费用太高，所以不愿意去旅游。	1	2	3	4	5
⑫ 因为没有时间，所以不去旅游。	1	2	3	4	5
⑬ 因为旅游地物价太高，所以不愿意去旅游。	1	2	3	4	5
⑭ 因为不了解旅游地的具体情况，所以不愿意去旅游。	1	2	3	4	5
⑮ 不知道哪里好玩，所以不去旅游。	1	2	3	4	5
⑯ 旅游地的无障碍建设很重要。	1	2	3	4	5
⑰ 旅游地的交通状况很重要。	1	2	3	4	5

	不同意	比较不同意	不确定	比较同意	同意
关于旅游地的硬件设施的无障碍建设的认知					
⑱ 我会选择无障碍建设比较完善的酒店入住。	1	2	3	4	5
⑲ 我会选择无障碍建设比较完善的餐厅用餐。	1	2	3	4	5
⑳ 我会选择公共交通无障碍建设比较完善的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉑ 我会选择道路的无障碍建设比较完善的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉒ 我会选择无障碍建设比较完善的旅游景点旅游。	1	2	3	4	5
关于旅游地的软件设施的无障碍建设的认知					
㉓ 我会选择无障碍旅游线路比较完善的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉔ 我会选择无障碍建设信息比较完备的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉕ 我会选择多语言对应比较完备的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉖ 我会选择盲文对应设施比较完备的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉗ 我会选择无障碍旅游制度健全的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉘ 我会选择无障碍建设的改善系统比较完善的地方旅游。	1	2	3	4	5
关于旅游地的人文关怀方面的无障碍建设的认知					
㉙ 我会选择工作人员无障碍服务比较完善的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉚ 我会选择工作人员多语言对应比较完善的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉛ 我会选择医疗应急服务比较完善的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉜ 我会选择当地居民对无障碍建设充分理解和支持的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉝ 我会选择游客对无障碍建设充分理解和支持的地方旅游。	1	2	3	4	5
㉞ 我会选择针对所有年龄阶段游客都可以完美对应的地方旅游。	1	2	3	4	5
关于无障碍建设在旅游购买行动中的作用					
㉟ 我会选择硬件无障碍建设比较完善的地方去旅游。	1	2	3	4	5
㊱ 我会选择软件无障碍建设比较完善的地方去旅游。	1	2	3	4	5
㊲ 我会选择人文关怀方面无障碍建设比较完善的地方去旅游。	1	2	3	4	5
㊳ 我会选择我会选择无障碍设施和服务比较完善的地方去旅游。	1	2	3	4	5
㊴ 我会选择无障碍旅游人才教育比较完善的地方旅游。	1	2	3	4	5
㊵ 我会选择旅行社无障碍旅游线路去旅游。	1	2	3	4	5

再次感谢您的配合。

謝辞

本博士論文執筆にあたり、親身になって丁寧にご指導下さった鹿児島国際大学大学院経済学研究科教授原口俊道先生に心から御礼を申し上げます。原口先生の指導によって、論文の質を高められただけでなく、研究者・教育者として多くを学ぶ機会となりました。深く感謝いたします。そして、生見哲郎先生、康上賢淑先生にも、指導教官として論文作成を指導していただきました。両先生に対して、今日まで暖かく導いていただきましたことに、心より深く感謝いたします。

また、博士課程での講義、さらにお忙しい中、学位論文審査にあたり丁寧なご指導と、貴重なアドバイスをいただいた鹿児島国際大学大学院経済学研究科の先生方にお礼を申し上げます。

原口先生ゼミの皆様にも本論文執筆にあたり、理論モデルの構築から、アンケート質問票の作成、その後のデータ分析に至るまで、多くのアドバイスをしていただきました。ゼミ生の皆様のご支援がなければ、途中で挫折していたかもしれません。最後に、鹿児島国際大学の大学院事務室、教務課、学生課、国際交流センターの皆様に深く感謝を申し上げます。おかげで、充実した留学生活を送ることができました。

もちろん、家族の理解と支えがなければ博士論文に注力することはできなかったでしょう。そして、亡き父も喜んでくれているはずです。

これまでの私の留学生活で、たくさんの方々が暖かい手を伸ばしてくださり、支援・応援をしてくださったことに、衷心より感謝の意を申し上げます。